

Ontario In Your Pocket- Mobiilimatkaopas

Annamari Kolehmainen

Opinnäytetyö
Matkailun koulutusohjelma
2015



Tekijä(t) Annamari Kolehmainen	
Koulutusohjelma Matkailun koulutus	
Opinnäytetyön otsikko Ontario in your pocket- mobiilimatkaopas	Sivu- ja liitesivumäärä 42 + 7
<p>Mobiilioppaiden merkitys on kasvanut nykymatkustajien keskuudessa huomattavasti vuosi vuodelta ja tämän opinnäytetyön tarkoituksena on rakentaa mobiilimatkaopas Ontarion alueesta. Opinnäytetyössä käsitellään Kanadan matkailua Ontarion alueella ja käydään läpi eri palveluntarjoajia sekä kirjoittajan kokemuksia palvelujen testaajana. Työn toimeksiantajana toimii mobiilisovelluksen kautta matkaoppaita ja sosiaalista matkasuunnittelua matkailijoille tarjoava suomalainen CreateTrips. Mobiilisovellus on ladattavissa maksutta App Storesta iOS laitteille.</p> <p>Työn tavoitteena on luoda ladattava mobiiliopas matkailijoiden käyttöön sekä taustakartoituksen avulla saada lisätietoa mitkä aktiviteetit ja aihealueet potentiaalisia matkailijoita kiinnostavat ajatellen Kanadaa ja Ontariota matkakohteena. Webropol- surveyys sivustolle luotua tutkimuskyselyä jaettiin sosiaalisessa mediassa mahdollisimman suuren otoksen saamiseksi. Tutkimustulosten antaman tiedon sekä kirjoittajan kokemusten pohjalta rakennettiin matkailijoiden käyttöön alueesta mobiilimatkaopas joka luo tietoisuutta Ontarion alueesta matkakohteena.</p> <p>Mobiilioppaan materiaali ja käyntikohteet kerättiin kirjoittajan Ontarion matkalla touko-kesäkuussa 2015 sekä aikaisemmin tehtyjen matkojen aikana. Tutkimustulosten perusteella oppaaseen valittiin aihealueiksi: taiteet, teatteri ja kulttuuri, olutpanimot, viinitarhat, historia, luontomatkailu, yöelämä, ostokset, urheilu sekä luontomatkailu. Tarkoituksena oli käsittää näitä aiheita koko Ontarion alueella, mutta suuren alueen vuoksi opinnäytetyö keskittyy aihealueiden suhteen Toronton, Ottawan ja Niagarán alueille sekä oppaassa listataan kirjoittajan oman kokemuksen pohjalta luontomatkailuun soveltuvia luonnonpuistoja ja kohteita. Luontokohteiksi valitut luonnonpuistot ja alueet on valittu helposti tavoitettavissa oleviksi kohteiksi Ontarion suurimmista kaupungeista jonne matkustajat todennäköisimmin saapuvat lentäen, maanteitse tai rautateitse provinssin ulkopuolelta.</p>	
Asiasanat Matkaopas, Kanada, Ontario, mobiilisovellukset, matkailu	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Digitalisaatio ja mobiilioppaat	3
2.1	Mobiilioppaiden tarjonta matkailussa	5
2.1.1	CreateTrips.....	5
2.1.2	TripAdvisor	6
2.1.3	Gogobot.....	6
2.1.4	Triposo	7
3	Ontario matkakohteena	9
3.1	Saavutettavuus, vetovoimaisuus ja matkailupalvelut	11
3.2	Ottawa	14
3.3	Toronto	15
3.4	Niagaran putoukset ja Niagara On The Lake	18
3.5	Luontokohteet.....	20
3.5.1	Algonquin Provincial Park	21
3.5.2	Bruce Peninsula	22
3.5.3	Prinssi Edwardin saari.....	22
4	Produkti ja sen synty.....	23
4.1	Produktin suunnittelun aikataulu	24
4.2	Aineiston hankinta	25
4.3	Webropol-kyselyn tulokset.....	27
4.4	Mobiilioppaan luonti.....	35
5	Pohdinta.....	38
	Lähteet	41
	Liitteet.....	43
	Liite 1. Tutkimuskysymykset	43

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on rakentaa mobiiliopas Ontarion alueesta CreateTrips- mobiilisovellukseen. Mobiilioppaalla tarkoitetaan mobiililaitteille, kuten älypuhelimet sekä tabletit, suunniteltua sovellusta, joka toimii sähköisenä matkaoppaana. Opinnäytetyössä on määrällisen tutkimuksen avulla kartutettu vastaajien tietoisuutta yleisellä tasolla Ontarion alueesta sekä kerätä tietoa mitkä aktiviteetit ja aihealueet potentiaalisia matkailijoita kiinnostavat ajatellen Kanadan matkailua. Tutkimuksen tuomien havaintojen perusteella rakennettiin Ontarion alueen mobiilimatkaopas kirjoittajan omasta näkökulmasta. Mobiiliopas on ladattavissa maksutta App Storesta CreateTrips- sovelluksen sisällä (käyttäminen offline-tilassa on maksullista). Toimeksiantajana työlle toimiikin edellä mainittu CreateTrips, joka on suomalainen vuonna 2013 perustettu sosiaaliseen matkasuunnitteluun erikoistunut yritys. Yritys tarjoaa kuluttajille sovelluksen kautta mahdollisuuden ladata mobiililaitteisiinsa eri kohteiden matkaoppaita, kaupunkikarttoja, mahdollisuuden sosiaaliseen kanssakäymiseen käyttäjien kesken sekä suunnitella seuraavaa matkaa ystävien kera. Sovellus on yli 80 maassa matkasovellusten Top 10:ssä sekä se on ollut esillä App Storessa ympäri maailmaa. Toistaiseksi CreateTrips on ladattavissa vain App Storessa, mutta suunnitteilla on luoda sovellus myös Android-pohjaisille mobiililaitteille. (Papinoja, V. 17.2.2015)

Kyseessä on toiminnallinen opinnäytetyö, joka jakautuu kolmeen osaan: taustatutkimukseen, raporttiin ja produktiin eli mobiilisovelluksessa julkaistavaan Ontarion matkaoppaaseen. Aihe opinnäytetyölle syntyi tekijän matkustaessa sukuloimaan Kanadaan ja näiden matkojen aikana syntyneestä hurmiosta Ontarion alueeseen. Tarkoituksena oli luoda monipuolinen ja lukijaa houkutteleva Ontarion provinssin matkaopas, jonka jokainen matkustaja voi halutessaan ladata iOS- laitteeseensa. Opinnäytetyölle kerättiin materiaalia kirjoittajan matkalla Ontarioon touko-kesäkuussa 2015 sekä aikaisempien matkojen ja kokemusten perusteella. Näiden lisäksi oppaan tueksi laadittiin Webropol-kysely, jonka avulla kartutettiin vastaajien yleistä kiinnostusta ja kokemuksia Ontariota kohtaan. Kyselyn avulla kerättiin myös tietoa, mitkä aktiviteetit kyselyyn vastaajia kiinnostivat ajatellen Ontarioon mahdollista matkustamista. Opasta rakennettaessa kaikkea kuvamateriaalia ei kirjoittajalta löytynyt, joten sopivia kuvia kerättiin sosiaalisesta mediasta, kuten Instagramista (sosiaalinen kuvanjakopalvelu) kuvaajien suostumuksella. Lainattuihin kuviin liitettiin kuvaajien nimet ja mahdollinen verkkosivun osoite heidän näin halutessaan.

Mobiiliopas on kirjoitettu englanniksi suuremman asiakaskunnan haalimiseksi ja se jakautuu neljään kategoriaan jotka ovat; Toronto, Ottawa, Niagara ja Niagara on the Lake sekä

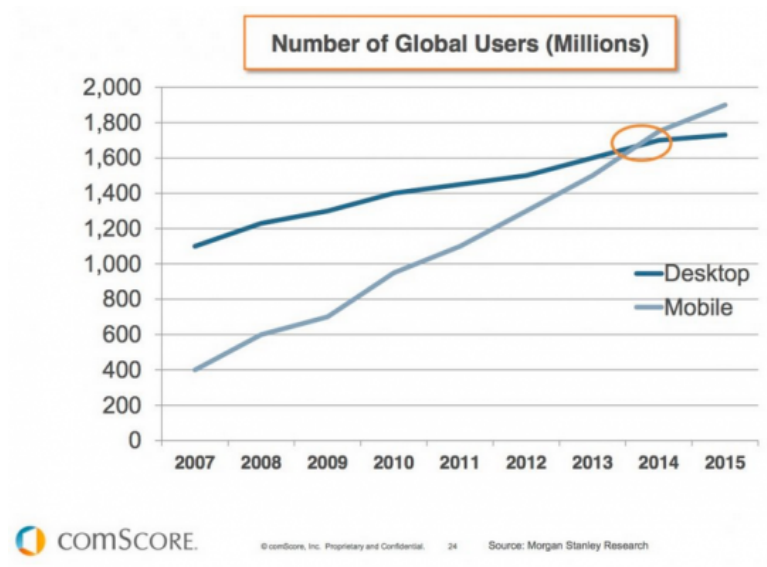
luontomatkailu. Näiden kohteiden alle listattiin kirjoittajan kokemuksen perusteella matkailijoille sopivia käyntikohteita aiemman kyselyn perusteella valittujen aiheiden alueelta. Kohteet on listattu sovelluksen karttoihin Foursquare- sovellukseen merkittyjen kohteiden mukaan. Kohteisiin on myös merkitty jokaisen käyntikohteen yhteystiedot saavutettavuutta helpottamaan. Kategorioiden saatteeksi on kirjoitettu saateteksti jossa lukija saa tietoa, mm. kuinka päästä kohteeseen helpoiten lentokentältä tai lähimmistä suuremmista kaupungeista.

Opinnäytetyön tekohetkellä (syksyllä 2015) sovelluksesta löytyi Toronton, Montrealin sekä Ottawan minioppaat, mutta ei vastaavaa joka käsittäisi Ontarion aluetta tai luontokohteita. Oppaaseen luettujen käyntikohteiden avulla tuodaan myös tunnettavuutta CreateTrips-sovellukselle. Kirjoittajan käydessä eri käyntikohteissa Ontariossa oli selvästi havaittavissa palveluntarjoajien kiinnostus opasta kohtaan. Useimmat eivät olleet vielä kuulleet kyseisestä sovelluksesta ja tietoa CreateTripsista oli näin helppo levittää. Palvelupäälliköiden sekä työntekijöiden kanssa keskustellessa moni mielsi Suomen hyvin kehittyneenä sekä modernina maana entuudestaan. Opinnäytetyössä käydään hieman läpi muita CreateTrips-sovelluksen kaltaisia mobiilioppaita sekä kerrotaan teoriaa digitalisaatiosta. Edellä mainitun luvun jälkeen kerrotaan mobiilioppaan tekemisestä ja suunnittelusta, jossa perehdytään CreateTripsin TravelBookin kirjoittamiseen eli ohjelmaan, jolla mobiilioppaita tehdään. Opinnäytetyön loppuun on koottu yhteenveto sekä pohdinta koko työn prosessista teoriaan nojaten.

2 Digitalisaatio ja mobiilioppaat

Digitalisaatiolla voidaan tarkoittaa toimintatapojen uudistamista, sisäisten prosessien digitalisointia ja yleisesti palveluiden sähköistämistä. Vuonna 2005 esimerkiksi sosiaalinen media ei tavoittanut vielä suuria massoja, vaikka teknologia oli sosiaalisen median läpimurtoon valmis. Tarvittiin oikeanlaisia palveluita tyydyttämään asiakkaiden sosiaalisia tarpeita. Hyvin nopeasti julkaistiin YouTube sekä MySpace, jotka toivat sosiaalisen median digitalisaation avulla ihmisten saataville koko maailmassa. Näitä kahta palvelua voidaan pitää sosiaalisen median tien raivaajina muille palveluille ja yrityksille. Nykypäivänä yritykset koettavat luoda alati uutta sisältöä ja uusia palveluita asiakkaiden sosiaaliset verkkotarpeet tyydyttäen. (Salmenkivi. 2012, 53)

Mobiililaitteiden tullessa markkinoille on tarve internetin käytölle ja tiedon käsille saatavuuteen heti ollut suuressa osassa nykypäivän kulttuuria ja näin ollen digitalisaatiota. Sähköpostit yms. luetaan julkisissa liikennevälineissä kouluun tai töihin mentäessä- ihmisten täytyy olla tavoitettavissa lähes koko ajan ja tiedonsaanti loputonta sekä fyysisestä paikasta riippumattomasti. Mobiilisovellukset ovat älypuhelimien- ja laitteiden uutta teknologiaa. Sovelluksia ladataan palveluntarjoamasta verkkokaupasta. Mobiilisovelluksia kehitetään jatkuvasti ja sovelluksia saakin nykypäivänä, jos jonkinmoiseen aiheeseen liittyen. Enää sovellukset eivät rajoitu vain peleihin vaan lähes jokaiselle palvelunalalle löytyy erilaisia sovelluksia mobiililaitteeseen ladattavaksi. (Isokangas & Vassinen 2010, 205-206.) Tiedon etsintä ei ole enää riippuvainen tietokoneesta tai siinä olevasta internetistä. Älypuhelimet ja tabletit ovatkin korvaamassa perinteiset tietokoneet tiedon etsinnässä. Mobiililaitteissa on yleisesti operaattorin tarjoama nettiyhteys ja ulkomailla langattomia HotSpot- yhteyksiä on tarjolla mm. ravintoloissa, kahviloissa, ostoskeskuksissa ja julkisessa liikenteessä. Kaikki edellä mainitut takaavat yhteyden saannin vuorokaudenajasta riippumatta. Arvioiden mukaan hieman ennen vuotta 2014 mobiililaitteiden kautta internetkäyttäjien määrä ylitti pöytäkoneilla internetiä käyttävien määrän (taulukko 1.). (Smart Insight. 2015)



Kuvio 1. Mobiililaitteiden käyttöaste verrattuna tietokoneisiin (Smart Insight 2015)

Matkaoppaat ovat vuosia olleet osa iloa ja innostusta etsittäessä tietoa seuraavasta matkakokohteesta. Niiden avulla on suunnistettu läpi kaupungin, löydetty nähtävyydet, yöpymispaikat, iltamenot sekä ravintolat jne. Oppaat ovat olleet nidottujen kirjojen muodossa ja niiden selaaminen on ollut osa matkaa. Nykyaikana palvelut muuttuvat alati- uusia palveluita tupsahtaa eri kadunkulmiin sekä vanhoja häviää nopeasti pois. Nidotut matkaoppaat eivät välttämättä enää ole täysin ajan tasalla. Oppaiden tekoon ja painoon kuluu huomioletavan paljon aikaa, oppaat ovat usein hintavia sekä niiden metsästämiseen kuluu aikaa. Täytyy tietää mistä opas on ostettavissa, milloin myyvä kauppa on auki sekä millä hinnalla sitä myydään ja kuinka paljon tilaa ne vievät matkalaukussa. Mobiilimatkaoppaat ovat uusi vastaus tähän kaikkeen. Mobiilioppaat voidaan ladata heti, milloin ja missä vain. Oppaita on ilmaisia sekä maksullisia, edullisia sekä hintavia. Riippuen palveluntarjoajasta on mobiilimatkaoppaita laaja skaala- kaupunkien julkisen liikenteen oppaista ravintolaoppaisiin. Hailo- sovellus on taksipalvelu-sovellus, joka toimii jo useassa maassa. Yhdestä sovelluksesta tehtävät taksivaraukset ovat hyvin hyödyllinen palvelu matkailijan näkökulmasta, jolloin taksia voi olla vaikea löytää ja hahmottaa mikäli kaupungissa toimii useita taksiyrityksiä. Deitti-sovellukset kuten Tinder voidaan myös omalta osin lukea matkailun piiriin. Tinderin kautta sovitaan treffejä, mutta se on myös erinomainen tapa tutustua uusiin ihmisiin uudessa tai vieraassa kaupungissa oli se sitten ulkomailla tai kotimaassa. Tutustumalla paikallisiin voidaan saada autenttisempi kokemus kohteesta. Gas buddy- sovellus toimii hyvänä matkaseurana autoa vuokrattaessa ja ajettaessa tuntemattomassa maassa tai kaupungissa. Sovellus listaa bensaasemat kartalla, josta on helppo navigoida huoltoasemalle esimerkiksi polttoaineen ollessa vähissä. (Pc Mag. Best Travel Apps. 2015.)

Monet yritykset imitoivat toisiaan kehittääkseen palveluitaan uudelle tasolle. Tämä on käyttäjällekin suosiollinen tapa rakentaa oppaita ja vaihto yhden oppaan käyttämisestä toiseen on käyttäjällekin helppo muutos. (Ulrich & Eppinger 2012, 39-41.) Kirjoittajaksi ryhtymisen helpottuminen on saanut enemmän ihmisiä innostumaan oppaiden kirjoittamisesta. Oppaat on usein kirjoitettu kirjoittajan näkökulmasta ja niissä tuodaan kirjoittajan persoonallisuutta sekä mieltymyksiä esiin. Jokaisella on siis mahdollisuus koota juuri omannäköisensä matkaopas kuluttajille sovelluksen muodossa. CreateTripsin sovelluksen matkaoppaan kirjoittajaksi pääsee esimerkiksi lähettämällä hakemuksen yrityksen verkkosivujen kautta. (Salmenkivi. 2012, 115-125.)

2.1 Mobiilioppaiden tarjonta matkailussa

CreateTrips on ollut matkaopas-sovellusten top 10 joukossa jo vuodesta 2014 lähtien eri lähteiden kertoman mukaan (mm. World of wonderlust sekä Qvik). Sovellus saa suuresti uusia käyttäjiä ympäri maailmaa päivittäin ja yrityksen käyttäjämäärä on jo miljoonaluokassa. Muita matkaoppaita tarjoavia sovelluksia ovat esimerkiksi suositut TripAdvisor, Gogobot, sekä Triposo. Edellä mainittujen sovellusten idea on kutakuinkin samankaltainen; tuoda matkaoppaat mobiilisovelluksen kautta kuluttajien käyttöön, mutta CreateTrips on ainoa sovellus, joka tarjoaa pelkästään oppaan kirjoittajan luomaa kohdesisältöä. Sovellusten käytössä on kuitenkin eroja ja loppujen lopuksi on kyseessä mielipidekysymys, mikä sovellus soveltuu parhaiden tai mieluisimmin kenenkin asiakkaan käytettäväksi. Alla on listattuna yllämainittujen sovellusten käyttöön liittyviä seikkoihin ja ominaisuuksiin perustuvia havaintoja kirjoittajan testaamana.

2.1.1 CreateTrips

Vuonna 2013 Suomessa perustettu CreateTrips on ilmaiseksi App Storesta ladattava sovellus, jonka käyttökieli on englanti. Sovelluksen käyttäjäksi voi kirjautua kätevästi Facebook-tunnuksien kautta. Sovellus antaa käyttäjälleen mahdollisuuden selata oppaita kaupungeista ympärimaailmaa (perustuen sovellukseen julkaistuihin oppaisiin), suunnitella ja jakaa kavereiden kanssa oman matkasuunniteloman, sisältää offline karttoja sekä antaa käyttäjälleen mahdollisuuden kirjoittaa oman matkaoppaan haluamastaan kohteesta. Oppaisiin on listattu kuvia ja sovellus käyttää kohteiden hakuun Foursquarea jossa myös laajemmat käyttäjäarvot kohteista. Oppaiden kirjoittajat on esitelty sovelluksessa, joka kertoo hieman heidän persoonallisuudestaan ja luo odotuksia millaisia oppaita kirjoittajalla on tarjota. Käyttäjät voivat selata oppaiden kirjoittajia ja seurata heitä muissa sosiaalisissa medioissa. Oppaiden sisällön laajuus on täysin riippuvainen kirjoittajasta. Kaikista kaupungeista ei välttämättä ole vielä oppaita luotuna yrityksen ollessa suhteellisen nuori. Tämä

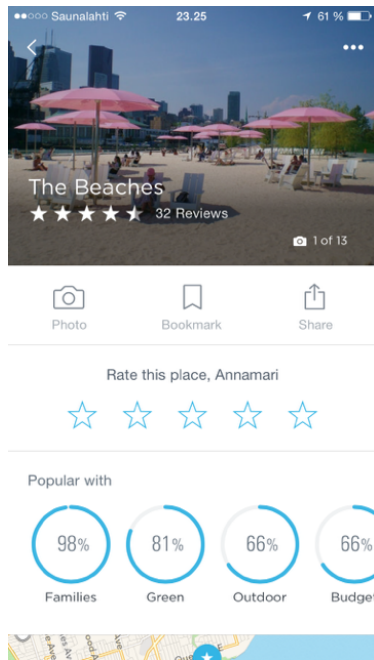
tosin voi kannustaa itse kirjoittajaksi ryhtymistä. Kirjautuminen käyttäjäksi tapahtuu kätevästi esimerkiksi Facebookin kautta. Sovelluksessa on hyvin helppokäyttöinen opaspohja johon kirjoittajat luovat oppaansa. Sovellus on ladattavissa toistaiseksi vain Applen iOS-laitteille mikä rajaa asiakaskuntaa huomattavasti. Android-tuote on vielä vailla julkaisua. (CreateTrips 2015.)

2.1.2 TripAdvisor

TripAdvisor on amerikkalainen vuonna 2000 perustettu matkailusovellus, joka listaa suosituimmat nähtävyydet, ravintolat, aktiviteetit kaupunkien perusteella. Sovellus sisältää yritysten yhteystiedot, kuvia ja kertoo aukioloajoista. Suodattimissa voi esimerkiksi määritellä listatut kohteet hintatason mukaan. Sovelluksessa ei ole yhtä kirjoittajaa vaan asiakkaat arvioivat käymäänsä kohteita. Sovelluksessa on kaiken kaikkiaan noin 170 miljoonaa arviointia ja niiden selaaminen saattaa käydä työlääksi. Yritys käyttää paljon mainontaa ja sovelluksen kautta voit esimerkiksi varata lentoja. Sovellus on ladattavissa Android sekä Applen iOS laitteille. Kirjautuminen käyttäjäksi tapahtuu kätevästi esimerkiksi Facebookin kautta. (iTunes 2015c)

2.1.3 Gogobot

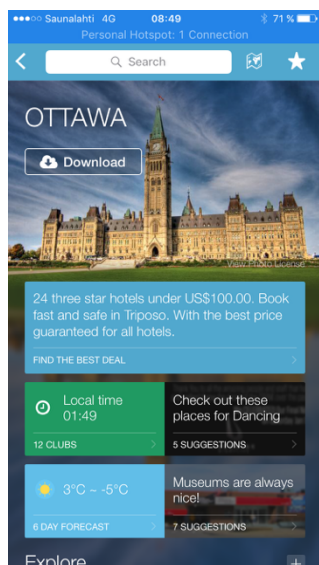
Gogobot (kuvio 2.) on vuonna 2010 perustettu amerikkalainen yritys, joka tarjoaa sosiaalista matkasuunnittelua. Käyttäjää pyydetään aluksi valitsemaan mielenkiinnonkohteita ja tämän jälkeen Gogobot ehdottaa kohteita automaattisesti näiden merkintöjen mukaisesti eri kategorioissa. Sovelluksesta on nähtävissä kohdekaupunkien reaaliaikaiset säätiedot sekä kartat. Käyttäjä voi selata esimerkiksi ravintoloiden arvioita ja kirjoittaa omansa. Sovellus tarjoaa TripAdvisorin tavoin kohteiden yhteystiedot. Kirjautuminen käyttäjäksi tapahtuu kätevästi esimerkiksi Facebookin kautta. Voit seurata Facebook kavereitasi jotka käyttävät sovellusta. Sovellus antaa mahdollisuuden pyrkiä "Gogobot Pro" jäseneksi. Tämä jäsenyys takaa mm. kutsuja yrityksen järjestämiin tapahtumiin. Yritys valitsee nämä jäsenet käyttäjän jättämien arvioiden ja kuvien määrän yms. interaktiivisen käytöksen perusteella. Muut sovelluksen käyttäjät voivat selata Gogobot Pro jäsenien vinkkejä ja arvioita. Sovellus on ladattavissa Android sekä Applen iOS- laitteille. Kokonaisuudessaan kirjoittajan sovellusta oli mukava ja helppo käyttää sekä Gogobot Pro- jäsenyys kannustaa sovelluksen aktiivikäyttöön. (iTunes 2015c)



Kuvio 2. Kuvakaappaus sovelluksen Gogobot- sovelluksen käytöstä. (Gogobot 2015)

2.1.4 Triposo

Triposo sovellus (kuvio 3) julkaistiin vuonna 2012 hollannissa. Sovellus sisältää lyhyet esittelyt kohteista jotka sovelluksen lähdemerkinnän mukaan tulevat eri lähteistä mm. Facebook-ryhmien kautta. Sovelluksessa on tarjolla karttojen lisäksi hyödyllinen valuuttamuunnin, joka kertoo kunkin maan vaihtokurssin määrittelemäsi kotimaan valuttaan verrattuna. Käyttäjät voivat jättää arvioita kohteista ja lisätä kuvia arvioihin. Oppaat ovat ladattavissa kokonaisuudessaan sovelluksen sisälle, jolloin niitä voi selata myös offline-tilassa.



Kuvio 3. Kuvakaappaus sovelluksen Triposo- sovelluksen käytöstä. (Triposo 2015)

Sovelluksesta on nähtävissä myös kohdekaupunkien reaaliaikaiset säätiedot. Tripson kautta sovelluksesta on mahdollisuus ostaa eri palveluntarjoajien tarjoamia retki- ja aktiivipaketteja. Eri kohteista on tarjolla kuvia Panoramio yrityksen tarjoamina. Kirjautuminen käyttäjäksi tapahtuu kätevästi esimerkiksi Facebookin kautta. Sovellus on ladattavissa Android sekä Applen iOS laitteille. (iTunes 2015c) Sovelluksen käyttö tuntui kirjoittajan mielestä hieman sekavalta; selkeää jatkumoa sivujen välillä oli hankala löytää.

3 Ontario matkakohteena

Ontario on Kanadan keskiosassa, mutta lähellä USA:n itärannikkoa sijaitseva provinssi (kuvio 4.). Noin 12 miljoonan asukkaan omaava Ontario onkin Kanadan provinseista asukasluvultaan suurin ja sen pinta-ala on suurempi kuin esimerkiksi Ranskan. Ontarion rajaprovinssit ovat Quebec ja Manitoba sekä USA:n puolella provinssi jakaa rajan Minnesotan, Michiganin ja New Yorkin osavalttioiden kanssa. Kanadan pääkaupunki Ottawa sijaitsee provinssin itäisellä puolella Quebecin rajalla ja maan suurin kaupunki Toronto eteläisessä osassa, Ontariojärven rannalla. Suurempien kaupunkien ulkopuolella maisemaa hallitsevat hyvin pitkälti suhteellisen tasainen maasto, lehtimetsät sekä suuret maatilojen pellot. Pohjois-Ontario puolestaan on mäkisempää, maastoltaan hieman karumpaa ja ilmastoltaan kylmempää. Pohjois-Ontariota voisi maisemiltaan kuvata hyvin samankaltaiseksi kuin Suomen Lappia. Provinssi tunnetaan myös monista järvistään. Alueella on laskettu olevan 16 suurempaa järveä ja näistä suurimmat ovat Huron, Lake Ontario, Erie sekä Lake Superior. (The National Geographic traveler 1999, 156-159)



Kuvio 4. Ontarion kartta. (123RF 2015)

Kanada on Suomen tavoin kaksikielinen maa, englannin lisäksi massa puhutaan ranskaa. Ontarion itäinen naapuriprovinssi Quebec on tunnettu vahvasti ranskankielisenä alueena,

mutta maan pääkaupungin, Ottawan, sijaitessa aivan Quebecin rajalla puhuu noin 15 % sen asukkaista ensimmäisenä kielenään ranskaa. Ontarion alueelle on vuosisadan molemmin puolin muuttanut paljon siirtolaisia eripuolelta Eurooppaa, Etelä-Amerikkaa ja Aasiaa. Ulkoeurooppalaisista kiinalaiset ovat Ontarion suurin etninen ryhmä. Suurimat siirtolaismassat asettuivat suurimpiin kaupunkeihin kuten Torontoon sekä Ottavaan (kuvio 5.), mutta esimerkiksi suuri osa ukrainalaisista asettuivat preerioiden maaseudulle viljelijöiksi. Thunder Bayn alue, Timmins, Sault Ste. Mariessa sekä vanha vauras kaivoskaupunki Sudbury puolestaan tunnetaan suomensukuisten asuttamina. Näistä kaupungeista voi löytää mm suomenkielisiä kadunnimiä, kauppoja, kirkkoja, sanomalehtiä sekä vanhainkoteja. Täysiveriset suomalaiset kuten muutkin siirtolaiset ovat ajansaatossa vähentyneet sulautuessaan kanadalaisiin ja muihin kansallisuuksiin. Suomenkielentaito nuoremmilla sukupolvilla on vähäistä, mutta edelleen ajettaessa esimerkiksi Sudburyn ja Thunder Bayn tienoilla voi moottoriteiden varsilla nähdä suomensukuisten myyvän esimerkiksi ”matkasauvoja”. (Henriksson 2006, 284-286, 315.)



Kuvio 5. Kanadan kartta. (Lonely Planet 2015)

Kanadan alkuperäiskansoja (intiaanit, inuitit sekä metissit) asuu koko maan alueella vain noin miljoona ja noin 300 000 kanadalaista ilmoittaa avoimesti olevansa perimältään osittain inuiteja tai metissejä. Vain kymmenyksellä Kanadan intiaanien heimokunnista on yli 2000 jäsentä ja peräti kuudella prosentilla heimoista jäsenluku on vain alle 100. Kolmannes alkuperäiskansoista asuu reservaateissa, viidennes muualla maaseudulla, noin kolmannes asuu suurkaupungeissa ja loput kansat pienissä taajamissa. Maan provinseista Ontariossa asuu eniten alkuperäiskansojen jäseniä. Ontarion alueella jäseniä asuu noin

150 000 ja reservaatteja onkin muodostunut laajalti koko provinssin alueelle. Ontarion kaupungeissa intiaaneja asuu vain Torontossa sekä Ottawassa. Näissä kaupungeissa asuvat intiaanit ovat pääasiassa metissejä sekä inuiteja ja heitä on yhteensä vain hieman yli 10 000. Keski- ja Pohjois- Ontariossa alkuperäiskansojen läsnäolo on hyvin vahvasti esillä. Teiden varsilla on intiaanien pitämiä pieniä puoteja sekä kioskeja jossa he pääasiassa myyvät tupakkatuotteita sekä käsitöitä. Reservaattikeskuksia sekä erilaisia leirejä on järjestetty myös turistien vierailuun jolloin he pääsevät tutustumaan alkuperäiskansojen tapoihin ja historiaan. (Henriksson 2006, 277-278.)

Ontarion ollessa maantieteellisesti pitkä provinssi vaihtelee ilmasto provinssin eri kaupunkien välillä. Ontario on eteläisen Euroopan leveysasteella ja sen eteläiset kaupungit kuten Toronto ja Niagaran alue ovat samalla leveysasteella kuin Etelä-Ranska. Kesät etelä- Ontariossa ovat pidemmät kuin esimerkiksi Suomessa ja usein hyvin hiostavat. Talvi puolestaan on usein hyvin ankara ja kaukana Etelä-Euroopan leudoista talvisäistä. Viimevuosia Ontariota ovat riepottelleet niin sanotut jäämyrskyt, jotka esimerkiksi talvella vuonna 2013-2014 katkaisivat suuren osan Toronton sähköverkostosta jättäen osan kaupunkia ilman sähköä useiksi päviksi. (Henriksson 2006, 277-278.)

3.1 Saavutettavuus, vetovoimaisuus ja matkailupalvelut

Professori Dimitrios Buhalis on määritellyt matkailupalveluita eri segmentteihin matkailukohteiden markkinoinnin ja analysoinnin helpottamiseksi ja näistä kolmea; saavutettavuutta, vetovoimaisuutta ja matkailupalveluita (accessibility, attractions, amenities) käsitellään tässä osiossa. (Buhalis 2000) Maantieteellisesti katsottuna Ontario on erinomaisesti saavutettavissa Kanadan muista provinseista sekä Yhdysvaltojen puolelta. Eniten matkustajia saapuu Ontarioon ilmateitse. Ontarion suurin lentokenttä, Toronto Pearson International Airport, sijaitsee Mississaugan kaupungissa Toronton läntisellä puolella. Vuonna 2008 Pearson oli maailman 20. vilkkain lentoasema käsittäen noin 32,35 miljoonaa matkustajaa kyseisenä vuotena. Ontarion toiseksi suurin lentokenttä sijaitsee Ottawassa. Ottawan kansainvälisen lentokentän (Macdonald–Cartier International Airport) kautta matkusti vuonna 2014 noin 4,6 miljoonaa matkustajaa ja on näin Kanadan kuudenneksi vilkkain. Matkustajamääriltään pienempiä lentokenttiä Ontarion alueella ovat mm. Thunder Bay, London International Airport sekä Hamilton International Airport. Niagaran alueella paikallinen lentokenttä sijaitsee Yhdysvaltojen puolella. (Lonely Planet 2014, 50-53, 191-198.)

Sisämaassa sijaitsevaan Ontarioon on myös helppo päästä maanteitse sekä rautateitse Kanadan muista provinssista sekä USA:sta. Bussiliikenteessä Greyhound, Coach Canada sekä Megabus ovat suurimmat operoijat kyseisellä alueella. Junaliikennettä operoi VIA Rail Canada sekä taajamajunana tunnettu Go Transit. VIA Rail on tyypillisesti viime vuosina koettu hintavana matkustusvaihtoehtona, mutta bussit ovat provinssissa olleet edullisia. Sekä junassa että busseissa on yleisesti tarjolla langaton internetyhteys sekä pistorasiat, jotka molemmat lisäävät matkustusmukavuutta omalla tavallaan pidemmälläkin matkoilla. (Lonely Planet 2014, 17-20.)

Ontario Ministry of Tourismin teettämän raportin Tourism Statistics mukaan vuonna 2014 Ontarion alueelle matkusti kokonaisuudessaan 139.5 miljoonaa vierailijaa. Tästä luvusta 15 % tuli USA:sta, 3.6 % muista maista ja 81.4 % oli Kanadan sisäistä matkailua. (Ontario Ministry of Tourism 2015). Koko vierailijamäärän odotetaan kasvavan 2.7% vuoteen 2016 mennessä. Tourism Ontarion julkaiseman raportin mukaan vuonna 2014 pelkästään Toronton osuus vuosittaisista ulkomailta tulevista vierailijoista oli ennätyselliset 14,3 miljoonaa kävijää. Kävijämäärä oli kasvanut yli 600 000 ulkomaisella kävijällä edellisvuoteen nähden. Raportti kertoo, että Toronto oli myös Kanadalaisten matkailijoiden suosituin matkakohde. Vähintään yhden yön matkalla Torontossa vieraili noin 10,5 miljoonaa Kanadalaista eripuolilta maata. (Global News. 2014.)

Ontarion vahvuuksiin kuuluu sen rikas tarjonta ja kulttuuri. Alue tarjoaa kävijöilleen monipuolista nähtävää ja koettavaa iästä riippumatta. Suurimmat nähtävyydet Ontariossa ovat:

- Niagarán putoukset sekä Niagarán kaupunki viihteineen
- Historiallinen Niagara on the Lake
- Niagarán alueen viinitarhat
- Toronton CN Tower
- Toronton ROM (Royal Ontario Museum)
- Torontossa Art Gallery of Ontario
- Ottawan Parliament Hill
- Ottawan National Gallery of Canada
- Huvipuisto Canada's Wonderland
- Olutpanimot
- Urheilutapahtumat
- Luonnonpuistot

Luontomatkailu on nousussa Ontarion alueella ja siihen tarjoavatkin upeat puitteet esimerkiksi Algonquin Provincial (kuvio 6.) park ja Bruce Peninsula National Park sekä järviolueet kuten Thousand Islands. Talvi/joulukauden avajaiset Torontossa (Cavalcade of the Lights) ilotulitus speksaakkeli joka vetää tuhansia juhlijoita ympäri maata Nathan Phillip aukiolle kaupungintalon liepeille. Avajaiset pidetään marraskuun loppupuolella. (Lonely Planet 2014, 137-143.)



Kuvio 6. Algonquin Provincial Park. (Kolehmainen, A. 3.6.2015)

Matkailupalveluiden keskittymiä ovat Ontariossa suurimmat kaupungit sekä Niagaran alue. Suurimmista kaupungeista kuten Torontosta ja Ottawasta tutuimmat majoituspalveluita tarjoavat yritykset ovat paikallisia tai kansainvälisiä hotelli- ja hostelliketjuja kuten hoteleista Hilton ja Sheraton sekä hostelleista Hostelling International. Yksityisomistuksessa olevia majoituspalveluita on löydettävissä lukemattomia niin Torontossa kuin Ottawassakin. Harvempiasutuilla seuduilla, kuten luonnonpuistojen läheisyydessä sekä järvimaissa majoituspalveluja on tarjolla pienempiä tienvarsimotelleita, bed & breakfast-tyylisiä majoituksia sekä pieniä hostelleja. Airbnb:n suosio on kasvussa ympäri maailman ja uusia majoitusmahdollisuuksia ilmestyykin alati lisää myös Ontarion alueelle yrityksen suosion myötä. Hiihto- ja leirintäkeskukset ovat myös yksi majoituspalveluiden muoto Ontariossa. Suurimpia hiihtokeskuksia ovat mm. Horseshoe Resort sekä Blue Mountain Barrien kaupungin läheisyydessä (noin 2 tunnin ajomatkan päässä Torontosta) ja Calabogie Peaks sekä Mount Pakenham Ottawan läheisyydessä. (Lonely Planet 2014, 50-63)

Eri ohjelmapalveluita löytyy runsaasti koko Ontarion alueelta. Kaupungeista kuten Ottawa ja Toronto on löydettävissä kaupunki ajeluita sekä kävelykierroksia. Historiallisissa kohteissa Ottawassa (mm. Parliament Hill) ja Torontossa (mm. Casa Loma ja Toronton yliopisto) järjestetään ympärivuoden eri oppaiden vetämiä kierroksia opiskelijoille, senioriryhmille ja matkailijoille. Ottawassa esimerkiksi järjestetään ”Ghost Walk”, jossa oppaan avulla kierretään vanhan yliopistokampuksen alueita sekä kaupungin vanhimpia nähtävyyksiä illan hämärtyessä. Luonto- ja urheiluretkiä järjestetään kaupungeista järviolueille ja hiihtokeskuksiin. Esimerkiksi koskenlasku keski ja pohjois-Ontariossa on suosittu aktiviteetti kevästä syksyyn. (Lonely Planet 2014, 58-90.)

3.2 Ottawa

Kanadan pääkaupunki Ottawa on historiallisen kaunis kaupunki Quebecin rajalla. Kaupunki perustettiin vuonna 1827 nimellä Bytown. Ottawaksi kaupunki nimettiin vuonna 1855 ja pääkaupunkina se on toiminut vuodesta 1857. Ottawan väkiluku on noin 883 350 joka tekee siitä Kanadan neljänneksi suurimman kaupungin. Kaupungin kuuluisimmat nähtävyydet ovat Parliament Hill (kuvio 7), jonka kuuluisien rakennusten rakentaminen aloitettiin 1859, kansalliskirjasto, Nation War Memorial, museot ja Rideau- kanaalin kesäiset risteilyt ja talvinen luistintrata. Kanadan poliittisena keskuksena kaupunki on tunnelmaltaan hyvin rauhallinen, vaikka väkiluku lähenteleekin jo miljoonaa asukasta. Ottawa on helposti saavutettavissa Ottawan kansainvälisen lentokentän kautta, maanteitse sekä rautateitse. (The Canadian encyclopedia 2014)

Ottawan kaduilla kulkiessa ranskan kieli on vahvassa asemassa. Katukyltit ovat muusta Ontariosta poiketen myös ranskankielellä Quebecin tapaan ja englantilaisvaikutteet näkyvät historiallisissa rakennuksissa sekä englantilaisessa ja skotlantilaisessa pubikulttuurissa (joskin selvästi humaltuneita pubeissa tai kaduilla tuskin näkee). Ottawan pohjoispuoli Ottawa joen rannalla on selvästi historiallisempaa vanhoine rakennuksineen ja eteläinen sekä itäinen alue keskustasta on uusia korkeita rakennuksia, jotka on rakennettu ihastuttavalla tavalla sulautumaan historiallisiin rakennuksiin. Läntisellä puolella keskustaa sijaitsee Ottawan suurin kauppakeskus Rideau Centre ja kaakkoispuolella omakotitaloalueet Sandy Hill ja Old Ottawa jotka ovat varsinkin opiskelijoiden suosimaa aluetta yliopiston sijainnin vuoksi. Yksi Ottawan vilkkaimmista alueista on The Market keskustan itäisellä joenpenkalla. Tämä alue on ravintoloiden ja markkinoiden mekka, joka tarjoaa lähes jokaiselle jotakin ja yöelämä tällä alueella on hyvin vilkasta. (Henriksson 2006, 315.)



Kuvio 7. Parliament Hill. Parlamenttitalo. (Kolehmainen, A. 28.5.2015)

3.3 Toronto

Kanadan suurin kaupunki Toronto on kaupunki, josta löydät melkein mitä vain ja milloin vain. Torontossa asuu massiiviset noin 2,6 miljoonaa asukasta ja koko metropolialueella luku kasvaa 5.5 miljoonaan asukkaaseen. Kaupunki perustettiin Lake Ontarion rannalle alun perin vuonna 1793 jolloin kaupungin ensimmäiseksi nimeksi annettiin York. Myöhemmin vuonna 1834 muutettiin nimeksi Toronto. Provinssin pääkaupungiksi Toronto valittiin vuonna 1867. (Lonely Planet 2011, 55-56.)

Ison kaupungin luonteen tavoin elämä kaupungissa tänä päivänä on vilkasta ja keskustassa jopa kiireistä. Toronto on kuitenkin paljon muutakin kuin pilvenpiirtäjät ja business orientoitunut suurkaupunki. Kaupunki on kuin väretykskirja, johon ovat värittäneet jälkensä eri kulttuurit ja sukupolvet vuosien saatossa. Provinssin pääkaupungin sielu löytyykin pikku kaduilta keskustan ulkopuolella- muodikkailla ja rennoilla asuinalueilla kuten bathurstin tai spadina-college alueiden läheisyydessä. Nuoret aikuiset nauttivat Toronton monipuolisista puistoista ja kesäisin nämä puistot ovat täynnä elämän iloista vilinää. Nuorten yrittäjähenkisyys synnyttää uusia, erilaisia palveluita ympäri kaupungin ja tämä tekee kaupungista loputtoman tutkiskelun paratiisin, jossa voit joka päivä löytää ja kokea uutta. (Henriksson 2006, 311-313.)



Kuvio 8. Toronton kaupungintalo. (Kolehmainen, A. 3.6.2015)

Kanadan ekonomisena päämajana Toronton fyysistä katukuvaa keskustassa hallitsevat monikymmenkerroksiset pilvenpiirtäjät sekä Kanadan suurimpien pankkien päämajat, mutta persoonallisen ja erilaisen kaupungista tekee kuitenkin sen suuret, vauraat sekä

muodikkaat omakotitaloalueet ja kaupunginosat. Harvassa miljoonakaupungissa voi hypätä askeleen keskustan pilvenpiirtäjien keskeltä persoonallisille omakotitaloalueille. Kirjoittajan mielestä kauneimpia asuinalueita Torontossa ovat vauraat ja rauhalliset Rosedale sekä Casa Loma- linnan sylissä (kuvio 6) sijaitseva Rathnelly, kilometrejä pitkien rantojen reunustama nuorten perheiden suosima Woodbine ja The Beaches alue sekä modernisoitu, muodikas ja täynnä vilinää oleva Liberty Village. (Henriksson 2006, 283-284, 312-315.)



Kuvio 9. Casa Loma yöllä. (Kolehmainen, A. 25.09.2013)

Toronton suurimpiin nähtävyyksiin kuuluu 553.44 metrin korkeuteen kohoava kaupungin maamerkki CN Tower jossa sijaitsee myös mahtavat näköalat antava 360 niminen ravintola. (Lonely Planet 2011, 56.) Muita nähtävyyksiä ovat historialliset University of Toronton päärakennus, Casa Loma (kuvio 9) ja Union Station rautatieasema, Toronto Blue Jaysin (baseball) ja Argonauttien (Kanadalainen jalkapallo) kotistadion Rogers Centre (kuvio 10), Hockey Hall of Fame, Ontarion parlamentti Queens parkissa, Royal Ontario Museum, Nathan Phillipsin aukio, jonka pohjoispuolella kohoaa suomalaisen arkkitehdin Viljo Revellin suunnittelema ja 1965 valmistunut uusi kaupungintalo (kuvio 8) sekä The Beaches rantalualue. Toronto on erinomaisesti saavutettavissa maanteitse sekä rautateitse muista provinseista ja USAn puolelta. Via Railin kuuluisa junareitti Kanadan läpi kulkee Toronton keskustan Union Stationin ja Ottawan kautta. Ilmateitse Pearsonin kansainvälinen lentokenttä palvelee vuorokauden ympäri ja onkin maan vilkkain lentoasema. Lentokentältä

matkaa keskustaan on noin 30 km ja matka taittuu kätevästi taksilla tai lentokenttäbussin avulla kaupungin keskustaan. (Henriksson 2006, 283-284, 312-315.)



Kuvio 10. Rogers Centre. Baseball ottelu. (Kolehmainen, A. 4.5.2009)

Torontossa kävellessä ensimmäinen sana joka monella matkailijalla juolahtaa mieleen on "monikulttuurisuus". On arvioitu, että noin 50 % sen asukkaista on syntynyt Kanadan ulkopuolella ja tämä on katukuvassa ihailtava selvästi näkyvissä. Pääkieli Torontossa on englanti ja ranskaa kuuluukin hyvin harvoin, mutta kaupungissa kaiken kaikkiaan monikulttuurisuutensa rikastamana puhutaan yli 150 kieltä. Toronton monikulttuurisuus kulkee myös usean sukupolven läpi ja nuoriso onkin hyvin amerikkalaistunut. Kulttuurien kirjo elää sulassa sovussa sykkivässä metropolissa ja sen ympäröivillä alueilla. Kaupunkiin on kuitenkin muodostunut tyypillisesti nimikoituja kaupunginosia osalle näistä moninaisista kulttuureista jotka asuttavat Torontoa. Chinatown (kuvio 11.) ja Korea town ovat alueista suurimmat, mutta kaupungista löytyy mm. myös Greek Town sekä Little Italy. (Henriksson 2006, 283-284, 312-315.)



Kuvio 11. Näkymä China Townissa. (Kolehmainen, A. 5.9.2013)

3.4 Niagaran putoukset ja Niagara On The Lake

Niagaran putoukset ovat ehdottomasti Ontarion suurin nähtävyys. Nämä massiiviset luonnon putoukset kuljettavat vettä Lake Eriestä noin 2,8 miljoonaa litraa sekunnissa edelleen kohti Lake Ontariota. Putouksia käy vuosittain ihailemassa noin 10 miljoonaa turistia Kanadan puolella ja yhteensä noin 22 miljoonaa koko Niagaran alueella. Putousten voimaa hyödynnetäänkin nykyään runsaasti vesivoiman tuottamiseen. Niagaran kaupunkia on pidetty kanadalaisten keskuudessa niin sanotusti pienenä Vegasina. Tämä kaupunki tarjoaa tutkijalleen viihdeelämyksiä läpi yön vuodenajasta riippumatta. Kaupunki on koko perheen kohde, josta löytyy aktiviteetteja kauhu- ja vahakabineteista, huvipuistolaitteisiin ja yöelämään. (Lonely Planet 2014, 144-149.)

Niagaran putoukset jakautuvat kolmeen osaan: hevosenkenkäputoukset (kuvio 12.) ovat Kanadan puolella ja selvästi kolmesta putouksesta mahtavimmat, Amerikkalaiset putoukset ja Morsiushuntuputoukset. Kaksi viimeisimmin mainittua putousta sijaitsevat maantieteellisesti USA:n puolella, mutta parhaan katselukokemuksen saa Kanadan puolelta. Hevosenkenkäputouksen pudotus pelkästään on noin 57 metriä alas kanjoniin josta vesi virtaa kohti Lake Ontariota. Niagaran putousten suurimpiin tarinoihin kuuluu Carlisle Grahamin temppu heinäkuussa 1886 jossa hän laski itse rakentamallaan tynnyrillä alas hevosenkenkäputouksista sekä Annie Edson Taylor, 63-vuotias opettaja joka laski kissansa kanssa tynnyrissä putoukseen lokakuussa vuonna 1901. Kuin ihmeen kaupalla molemmat selvisivät tempauksista hengissä. Vuodesta 1876 lähtien putouksia on voinut ihastella

hieman vaarattomammin (joskin kosteasti) Maid of the Mist nimisen laivan kannelta joka matkaa aivan hevosenkenkäputousten juurelle. (Lonely Planet 2014, 144-149.)



Kuvio 12. Niagaran putoukset näkymä Hevosenkenkäputouksille. (Kolehmainen, A. 5.10.2013)

Niagaran kaupunki on kehittynyt persoonalliseksi viihdekeskukseksi jossa turistit viihtyvät pidempäänkin kuin vain putouksen nähdäkseen. Niagaran keskustan alue on hyvin vilkasta seutua ja täynnä erilaisia ravintoloita, kauppoja, viihdekeskuksia sekä railakasta yö-elämää. Niagaran maailmanpyörästä (kuvio 13.) avautuvat upeat maisemat kaupungin ja putousten ylle iltahämärässä. Keskustan ulkopuolelle sijoittuu myös suuri muodin outlet-kauppakeskus, joka vetää ostoksentekijöitä lähikaupungeista sekä kauempaa. Niagaran kaupungissa asuu vakituisesti noin 83 000 asukasta jotka sekoittuvat turistimassaan asioi-
dessaan keskustassa, mutta asuvat pääasiassa keskustan ulkopuolella omakotitaloasuin-
alueillaan ja maatiloillaan. Putousten turismi pitää kaupungin vilkkaana ja luo työpaikkoja ympärivuoden. Kanjonin ylittävä The Rainbow bridge on rajaväylä USA:n New Yorkin osa-
valtioon Kanadan puolelta. Niagara on helposti saavutettavissa maanteitse. Kaupunkiin
operoidaan paljon valmismatkoja muista kaupungeista sekä linja-autoyhtiöt kuten Mega-
bus, Great Canadian Coaches sekä Greyhound operoivat vuoroja kaupunkiin ympärivuo-
rokauden Torontosta. Kaupungilla on myös oma lentokenttensä, Niagara Falls Internati-
onal Airport. (Niagara Falls Tourism. 2015)



Kuvio 13. Niagaran keskusta. (Kolehmainen, A. 5.10.2013)

Niagara On The Lake on äänestetty useana vuonna Ontarion kauneimmaksi kaupungiksi idyllisine maisemineen. Tämä noin 15 400 asukkaan kaupunki on historiallisesti kokemisen arvoinen ja sen perustamisjuuret vievät ajassa taakse noin 1700-luvulle saakka. Kaupungin kadut muodostuvat toinen toistaan kauniimpien historiallisten talojen lomaan ja kukka-asetelmat patioilla sekä kaupungin puutarhoissa ovat upeat. Kaupunki on parhaiten tavoitettavissa maanteitse omalla autolla Niagaran kaupungista. Suuria kauppakeskuksia tai liikeketjuja kaupungista ei löydy ja se takaakin vierailijalleen autenttisen kokemuksen. (The National Geographic Traveler 1999, 188-191.)

3.5 Luontokohteet

Ontarion provinssin pinta-alasta suurin osa on metsien ja järvien peittämää ja tämäkin luo täydelliset puitteet luontomatkailuun. Kanadan suurimmat ja suosituimmat luontokohteet sijaitsevat Albertan ja Brittiläisen Kolumbian provinseissa, mutta Ontarion suurimmat puistot kuten Bruce Peninsula sekä Algonquin Provincial Park ovat omanlaatuiset kohteet niin melontaan, pyöräilyyn kuin patikointiinkin. Ontarion suurimmissa kaupungeissa vierailtaessa on hyvin helppo yhdistää lomaan myös luontomatkailu. Leiriytyminen sekä mökkimatkailu ovat kanadalaisten suuressa suosiossa samoin kuin suomalaisten. Telttapaikkojen tai mökkien vuokraus onkin Ontariossa tehty hyvin helpoksi useiden vuokrayritysten verkkosivujen sekä mm. Airbnb:n kautta.

3.5.1 Algonquin Provincial Park

Ontarion suurin luonnonpuisto Algonquin Provincial Park (kuvio 14.) sijoittuu keski-Ontarioon Georgian Bayn sekä Ottawa joen välimaastoon. Vuonna 1893 perustettu, noin 7 653 km² kokoinen puisto on myös koko Kanadan historian vanhin luonnonpuisto. Puisto tarjoaa kävijälleen upeita järvimaisemia ja onkin paras kulkea kävellen tai meloen. Leiriytymiseen sekä kalastukseen on myös luotu täydelliset mahdollisuudet. Patikointireitit on suunniteltu ja merkitty karttoihin helposta vaativiin reitteihin. Reitit ovat helposti seurattavissa vierailukeskuksista saatavista kartoista sekä maastossa jossa reitit on merkitty puihin väriviitoin. Algonquin puistoon helpon matkustaa on maanteitse. Toronton keskustasta operoidaan myös Park Bus- yhteys joka vie matkustajia suurimpiin Ontarion puistoihin. (Algonquin park visitor. 2014)



Kuvio 14. Algonquin Provincial Park. (Kolehmainen, A. 5.6.2015)

Alueella on kaksi vierailukeskusta jotka tarjoavat kävijöilleen tietoa Algonquin puiston alueesta. Näistä keskuksista voi mm. ostaa pysäköintilippuja sekä puiston pääsylippuja ja ottaa mukaansa puiston patikointireittien oppaat. Itäisessä vierailukeskuksessa voi ihaila maailmanluokan taidenäyttelyitä puiston historiasta ja alueen intiaaneista, nauttia ravintolan aterioista ja vierailla keskuksen kirjakaupassa. Algonquin puiston museo tuo eloon mm. tarinat alueen jokien tukkiuitoista. Museossa voi aloittaa vierailun videonäytöksellä, joka kertoo tarinan alueen historiasta. (Algonquin park visitor. 2014)

3.5.2 Bruce Peninsula

Bruce Peninsula on niemimaa Ontarion läntisessä osassa Georgian Bayn sekä Huron järven välissä kurottaen Manitoulin Islandin eteläkärkeen. Aluetta on asuttanut historian aikana eri intiaaniheimot ja nykyaikana kohde toimii patikoinnin, kalastuksen sekä leiriytymisen lomassa myös mainiona paikkana nähdä pienvillieläimiä. Brucen niemimaata asuttavat mm. mustakarhut, massasagua käärmeet, punaoravat sekä eri pöllölajit. Niemimaan maisemaa koristavat jylhät kalliot veden äärellä sekä mm. vanhimmat puulajit koko itäisessä Pohjois-Amerikassa. Kallioiden lomasta löytyy myös Ontarion parhaita uimarantoja. Puiston alueella on nähtävissä kuusi 1800-luvulla rakennettua majakkaa jotka nykyään toimivat nähtävyyksinä. Algonquin puistoon helpon matkustaa on maanteitse. Toronton keskustasta operoidaan myös Park Bus- yhteys joka vie matkustajia suurimpiin Ontarion puistoihin. (Parks Canada. 2013)

3.5.3 Prinssi Edwardin saari

Ontarion itäosassa 1700-luvulla perustettu Toronton ja Ottawan välillä sijaitseva saari sopii matkailijoille, jotka ovat etsimässä rentoutumista ja kauniita rantapäiviä. Eniten saaresta saa irti vuokraamalla auton, saari on niin pieni, että sen voi nähdä kokonaan yhdessä päivässä. Saari asuttaa vakituisesti noin 25 000 asukasta ja tarjoaa vierailijoilleen rauhallisen miljöö, maatiloihin, viinitarhoihin sekä leirintäalueineen ja rantoineen. Useat sanovat, että Prinssi Edwardin piirikunta on täydellinen ”pako kaupungista”-kohde. Saarella on useita kohteita Airbnb-palvelun kautta vuokrattavissa sekä huoneita varattavissa erilaisista pienemmistä bed & breakfast majoituksesta luksus- ja boutiquehotelleihin. Saaren lounaisosassa sijaitseva Sandbanks on yksi Ontarion ja Kanadan kauneimpia ranta-alueita ja tarjoaa monenlaisia aktiviteetteja mm. surffausta, patikointia, veneilyä, purjehdusta, leiriytymistä, melontaa sekä vesi jet-ajeluja. Kirjallisuudesta kiinnostuneet saattavat myös tunnustaa Prinssi Edwardin saaren kirjailija L. M. Montgomeryn synnyinkaupunkina. Monet Montgomeryn kirjoittamat kirjat (kuten Pieni runotyttö) sijoittuvat tarinoissaan Edwardin saarelle. (Prince Edward Visitor info. 2015)

4 Produkti ja sen synty

Ontario in your pocket-mobiilioppaan luonti lähti liikkeelle kirjoittajan omien kokemuksen kautta provinssissa matkustaessaan. Kirjoittaja omaa vahvat sukulaisuussuhteet Ontariossa ja provinssi on ollut hyvin lähellä kirjoittajan sydäntä viimevuosien ajan. Kirjoittajan harrastus patikoinnin ja luontomatkailun parissa oli myös yksi oppaan innoittaja. Aiheesta ei löytynyt CreateTrips-sovellukseen kehitettyä ja rakennettua opasta sekä muista mobiilioppaisiin erikoistuneista sovelluksista kyseistä aihetta ei löytynyt. Kuluttajia parhaalla mahdollisella tavalla puhutteleva mobiiliopas on luotu asiakkaiden mieltymysten pohjalta, jotta lukija saa oppaasta suurimman hyödyn. Tämän vuoksi ennen opinnäytetyön tuotoksena luotavan mobiilioppaan tekoa tehtiin taustatutkimuksena Webropol-kysely, joka karttoittaa asiakkaiden aiempaa kokemusta kohdealueesta sekä mielenkiintoa sitä kohtaan. Mielenkiinnonkohteiden perusteella muun muassa määräytyivät oppaaseen tulevat käyntikohteet. Ontarion suurimmista kaupungeista löytyi paljonkin oppaita eri mobiilisovelluksista, mutta yhdessäkään ei ollut katettu myös kaupungin läheisyydestä löytyviä luontokohteita. Taustatutkimusta tehdessä Webropol- kyselyn avulla kävi ilmi, että 89 % vastaajista yhdistäisi luonto- ja kaupunkimatkailun. Tämä vahvensi entisestään ajatusta oppaan tarpeellisuudesta.

Opinnäytetyön empiirisen luonteen vuoksi aihetta parhaiten tukeva tutkimustyyppi on kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus sillä tutkittavasta otoksesta halutaan optimaalisesti mahdollisimman suuri. Kvantitatiivisen tutkimuksen tulokset perustuvat prosentteihin ja lukuihin jotka muodostuvat tutkimuskysymyksistä saatuihin vastauksiin. Määrälliseen tutkimukseen lähdetään hakemaan mahdollisimman suurta otosta, jolloin tutkimuksesta saadaan mahdollisimman luotettava. Tutkimuksen aineisto kerätään tavallisimmin valmiilla vastauslomakkeilla, jossa vastaaja etenee valitsemalla valmiista vastausvaihtoehdoista. Lomakkeeseen voidaan kuitenkin rakentaa myös avoimia kysymyksiä. Tällaisia kyselytutkimuksia ovat esimerkiksi suunnitelmalliset survey-tutkimukset. Tutkittaessa suuria määriä on surveyna tehtävä tutkimus tehokas ja samalla taloudellinen tapa kerätä aineistoa. Määrällisellä eli kvantitatiivisella tutkimuksella voidaan tarkoittaa myös tilastollista tutkimusta. Olemassa olevista tilastoista, rekistereistä sekä tietokannoista voidaan kerätä tutkimusaineistoa itse kerättyjen aineistojen vertailukohteeksi tai käyttää kokonaan ainoana lähteenä. (Heikkilä 2014, 15-17.)

4.1 Produktin suunnittelun aikataulu

Tutkimuksen kulun suunnittelemiseksi oli ensin opinnäytetyöhön kirjoitettava aihetta tukevaa teoriaa. Teoriaa etsittiin kirjastoista löytyvästä kirjallisuudesta sekä internetin hakukoneiden tuomien artikkeleiden sekä muiden kirjoitusten joukosta. Teorian ansiosta työtä oli katsottava sekä laajemmin, että tarkemmin pystyäkseen syventymään opinnäytteeseen ja pohjustamaan työn taustat teoreettiseen tietoon. Määrällisen tutkimuksen avulla haluttiin selvittää mitä asioita ja komponentteja matkustajat haluavat käyttämänsä matkaoppaan sisältävän. Näiden tuloksien pohjalta suunniteltaisiin käyntikohteet Ontarion matkalla touko-kesäkuussa sekä rakennetaan mobiilimatkaoppaan sisältö. Aikataulujen puitteissa oli tutkimuksen oltava avoin vastattavaksi ainakin kolme kokonaista viikkoa ennen alkavaa matkaa Kanadaan, jotta vastauksia saataisiin tarpeeksi oppaan tueksi. Tavoitteena oli saada ainakin 300 vastaajaa mukaan tutkimukseen. Tällöin oppaaseen lukeutuvat aihevalinnat tukisivat suuremman yleisön matkustusmieltymystä. Ontarion käyntikohteet valittiin ennen matkaa ja matkan aikana. Kohteisiin haluttiin mukaan lukea ravintoloita ja kohteita jotka ovat myös paikallisten suosiossa eivätkä pelkästään täynnä turisteja. Alla taulukosta 1. on nähtävissä, kuinka produktin kulku eteni läpi opinnäyteprosessin toukokuusta lokakuuhun.

Taulukko 1. Opinnäytetyön aikajana aloituksesta julkaisuun.

<i>Toukokuu</i>	Raportin aloitus taustoituksen kirjoittamisella. Matkalle lähtö ja käyntikohteiden selvittäminen.	Toimeksiantajan tapaaminen ja author-tunnusten luonti CreateTrips sovellukseen.
<i>Kesäkuu</i>	Matka jatkuu. Käyntikohteissa käyminen.	Paluu Suomeen.
<i>Heinäkuu</i>	Taustoituksen ja raportin kirjoittaminen.	CreateTrips-oppaan aloitus.
<i>Elokuu</i>	Taustoituksen ja Raportin kirjoittaminen.	CreateTrips-oppaan kokoaminen.
<i>Syyskuu</i>	Raportin viimeistely.	CreateTrips-oppaan viimeistely.
<i>Lokakuu</i>	Raportin viimeistely.	Ontario In Your Pocket- oppaan julkaisu CreateTrips sovelluksessa.

4.2 Aineiston hankinta

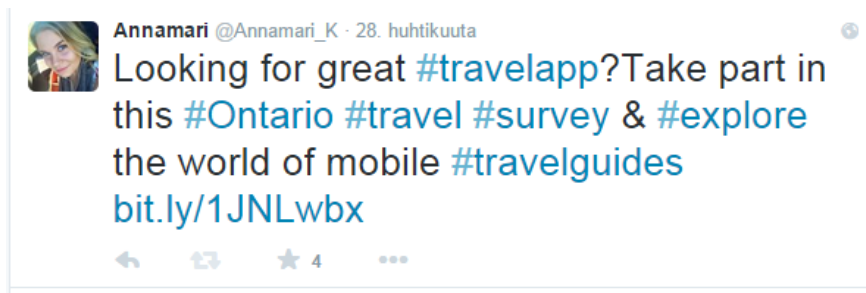
Taustatutkimus toteutettiin Webropol- kyselynä sillä se miellettiin se tutuksi palveluksi aikaisemman käyttökokemuksen perusteella sekä sen selkeyden ja helppokäyttöisyytensä vuoksi. Tutkimuskysymykset luotiin englanniksi, sillä tavoitteena oli saada vastauksia ympäri maailmaa. Kysymyksiä taustatutkimukseen syntyi 24 joista viimeinen oli vapaavalinnainen palaute. Alun ”peruskysymyksillä” mitattiin esimerkiksi vastaajien sukupuolta, ikää, kansallisuutta sekä asuinpaikkaa. Nämä kysymykset toivat aiheellista tietoa Ontarion matkustajien taustasta. Loput kyselyn kysymykset koskivat vastaajien matkustuskäyttäytymistä sekä mielenkiinnon kohteita. Nämä kysymykset määrittivät tulevan matkaoppaan sisältöä.

Kysymykset laadittiin valinta- ja matriisikysymyksinä sekä muutamalla avoimella kysymyksellä jotka jokainen olivat pakollisesti vastattavia kattavamman tiedon saamiseksi. Kysely luotiin etenemään vastaajan vastauksien perusteella; esimerkiksi mikäli vastaaja ilmaisi haluttomuutensa matkustaa koko maahan, siirtyi kysely loppupalautteeseen. Tulosten kannalta oli järkevintä mukaan lukea vastaukset ainoastaan osallistujilta, jotka olivat kiinnostuneita maahan matkustamaan. Prosentuaalisesti oli mielenkiintoista tutkia kuinka moni kyselyyn osallistuneista ei ollut Kanadan matkailusta kiinnostunut.

Kyselyn alkuun muodostui vastaajan perustietoja kuten sukupuoli, ikä sekä kansalaisuus ja asuinmaa. Näiden tietojen perusteella pystyttiin kartoittamaan hieman millaiset ihmiset kyselyyn vastaavat. Asuinmaa vaikuttaa suuesti matkakohteiden valintaan- kuinka pitkälle matkustajat ovat valmiita matkustamaan lomallaan. Kysymys matkustajan iästä antaa viitettä mitkä ikäluokat ovat Kanadan matkailusta kiinnostuneita. Perustietojen jälkeen kyselyssä esitettiin matkustustottumuksiin liittyen muutamia kysymyksiä; kuten kenen kanssa vastaaja tutummin matkustaa antaa tietoa mielletäänkö Ontario myös oivaksi perhekohteeksi vai onko se suosituimpi yksin, kumppanin tai kaverusten kesken matkustettaessa. Mobiilioppaisiin ja tiedonetsintään liittyviä kysymyksiä laadittiin haviteltaessa matkustajien tottumuksia etsiä tietoa kohteesta ja onko aikaisemmin käyttänyt mobiilioppaita. Näissä kysymyksissä saatiin taustatietoa, kuinka yleistä mobiilioppaiden käyttö on vastaajien keskuudessa entuudestaan vai etsitäänkö tietoa edelleen mieluummin vain internetistä. Haluttiin myös kysyä; olisivatko vastaajat valmiita maksamaan mobiilioppaan käytöstä, sillä CreateTrips on siirtymässä kokonaan ilmaiseen palveluun jossa kaikki oppaat ovat ladattavissa ilmaiseksi. Edellä mainittujen taustatietojen jälkeen siirtyi kysely Kanada-aiheisiin kysymyksiin. Kysymyksissä haluttiin tietää; kuinka moni oli matkustanut Kanadaan aikai-

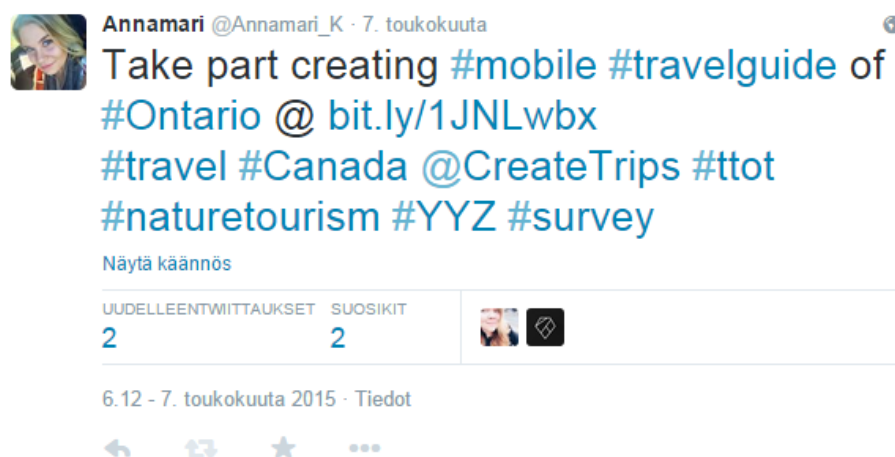
semmin, mihin provinsseihin ja olisiko valmis matkustamaan uudelleen sekä jos ei ole aikaisemmin käynyt niin olisiko valmis matkustamaan. Näin kerättiin tietoa maan vetovoimaisuudesta uusien ja vanhojen vierailijoiden keskuudessa. Vastaajille jotka olivat Kanadassa aikaisemmin käyneet, esitettiin kysymys ”Mikä oli matkan tarkoitus?”. Vastauksilla haettiin tietoa; onko Kanada vetovoimaisempi turistikohde lomailijoille vai matkustetaanko maahan enemmän muissa tarkoituksissa. Vastaajat jotka vastasivat olevansa kiinnostuneita Ontarioon matkustamisesta, siirtyivät kysymyksiin, jossa kysyttiin ovatko kiinnostuneita kaupunki- vai luontolomailusta vai molemmista. Kanada on yleisesti luontomatkailun suosiossa hyvien patikointimahdollisuuksiensa ansiosta esimerkiksi Albertassa, ja Brittiläisessä Columbiassa, mutta millaista loma Ontariossa lomailevat hakevat. Kysymys antoi oppaan rakentamiseen arvokasta tietoa- kerätäänkö oppaaseen vain kaupunkikohteita vai myös esimerkiksi luonnonpuistoja aktiviteetteineen. Vastaajat saivat valita mielenkiintoisimmat aktiviteetit kuvitellulle Ontarion matkalle; näiden perusteella valittiin oppaan käyntikohteita. Ajatellen oppaan loogisuutta ja mitkä Ontarion alueet oppaaseen kannattaa käsitellä, kysyttiin ihanteellista matkankestoa vastaajilta. Mikäli vastaajat vastaavat haluavansa vain muutama päivän viikonloppuloman ei oppaaseen kannata kerätä tietoa esimerkiksi hankalemmin saavutettavista Pohjois-Ontarion kohteista. Rahamäärä mitä vastaajat olisivat valmiita käyttämään päivässä Ontarion lomalla antaa myös tärkeää tietoa minkälaisia käyntikohteita oppaaseen kannattaa valita. Mikäli raha ei haluta päivässä käyttää muutamaa kymmentä dollaria enempää ei kalliita aktiviteetteja kannata oppaassa useampaa suositella. Majoittumismielitymukset kartoittivat, millaisia majoitusvaihtoehtoja oppaassa suositellaan eri kohteissa.

Webropol-kyselyn linkki julkaistiin avoimeksi 27. huhtikuuta 2015 ja linkki suljettiin 2. kesäkuuta 2015. Kysely pidettiin julkisena noin 5 viikkoa sillä osallistujien saaminen osoittautui haasteelliseksi. Kysely oli näin avoin koko Ontarion matkan ajan. Kyselyn linkkiä jaettiin sosiaalisessa mediassa mm. Twitterissä (kuvio 15) sekä Facebookissa. Twitter oli helppo valinta ajatellen aihetunnisteita (hashtag), sillä Twitterin kautta julkaistavat twiitit leviävät heti ympäri maailman ja kaikki ovat helposti luettavissa ja haettavissa juurikin aihetunnisteiden kautta. Jokainen joka on kiinnostunut mobiilisovelluksista voi etsiä aihepiiriin kuuluvia artikkeleita esimerkiksi aihetunnisteen ”apps” tai ”mobileapps” avulla. Nämä aihetunnisteet tuovat aikajärjestyksessä listan kaikista kirjoituksista jossa kyseistä aihetunnistetta on käytetty. Facebook oli puolestaan toimiva kanava omien seuraajien ja ystävien saaminen mukaan tutkimukseen. Näiden kahden kanavan lisäksi linkkiä yritettiin julkaista matkailuaiheisissa medioissa kuten Lonely Planetin keskustelupalstoilla (kyseisellä foorumilla on hyvin aktiivinen kohderyhmä ajatellen opinnäytteen matkailuaihetta) sekä Liiketalouden koulutusyksikön puolesta Haaga-Helian MyNetissä saaden myös oman koulun opiskelijoita mukaan tutkimukseen.



Kuvio 15. Twitter. Kuvakaappaus Tweetistä. (Twitter 2015)

Tarkoituksena oli julkaista linkki useammissa pienemmissä sekä suuremmissa matkailuaiheisissa keskusteluissa internetissä, mutta huomasin, että tämä ei onnistunut keskusteluasetusten vuoksi. Linkkien julkaiseminen luettiin käytännössä roskapostittamiseksi ja näin ollen julkaisuni poistettiin tai estettiin jo alkutekijöissä. Twitterissä toimeksiantajani, Create Trips, uudelleen julkaisi tutkimuksen twiittini ja toi vastaajia lisää (kuva 16).



Kuvio 16. Twitter. Kuvakaappaus uudelleenjaoista ja suosikeista. (Twitter 2015)

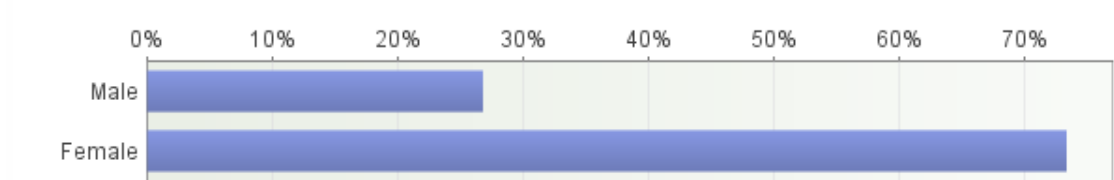
4.3 Webropol-kyselyn tulokset

Tutkimuskyselyn Webropol-linkki suljettiin 2. kesäkuuta 2015 viiden viikon aukiolon jälkeen. Tällöin vastauksia oli saatu 112 kappaletta. Toivottu 300 vastaajan tulos alittui selvästi. Heikkoon vastaajamäärään todennäköisesti vaikuttivat selvästi linkkien julkaisukiello matkailuaiheisilla keskustelupalstoilla, jolloin julkaisukanavat jäivät vähäisiksi. Kysely (liite 1) avattiin lähettämättä vastausta 195 kertaa. Kysely siis tavoitti klikkaukseen ainakin 307 henkilöä. Spekuloitavaksi jää miksi aiemmin mainitut 195 henkilöä ovat jättäneet kyselyyn vastaamatta. Oliko kyse kiinnostuksen puutteesta Ontariota kohtaan tai vain haluttomuudesta osallistua kyselyyn muista syistä. Twitterissä CreateTripsillä on 2692 seuraajaa ja

Facebook tavoitti 395 seuraajaa. Tutkimuskysymykset ovat nähtävissä kokonaisuudessaan liitteessä 1.

1. Gender?

Vastaajien määrä: 112

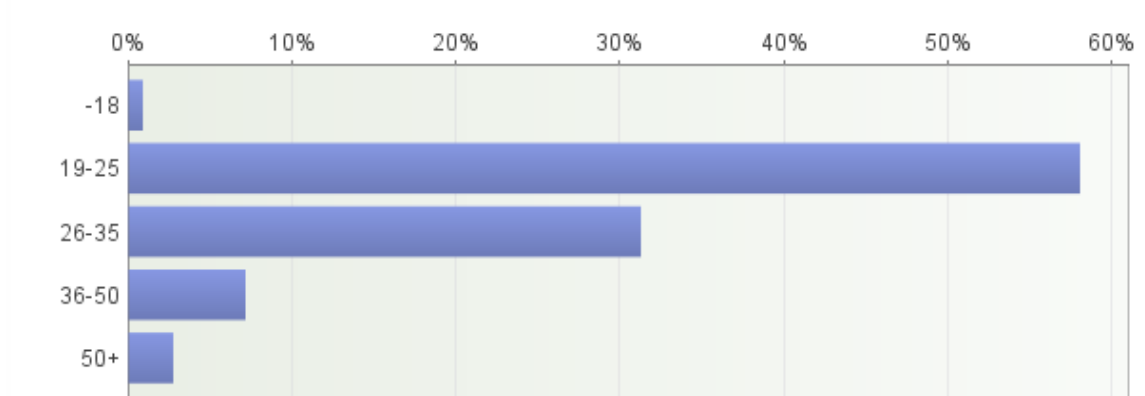


Kuvio 17. Tutkimuskysymysten vastaajien sukupuolet prosentteina. (N=112).

Tutkimuksen perustiedoista ilmenee kuviossa 17, että noin 73 % vastaajista oli naisia. Naiset ovat nähtävästi olleet huomattavasti aktiivisempia osallistumaan kyselyyn. Tarkkaa tietoa siitä, onko kysely vain tavoittanut enemmän naisia vai eikö miehillä ole ollut mielenkiintoa kyselyä kohtaan ei ole. Facebookin ja Twitterin seuraajien sukupuolijako oli selvästi naispainotteinen joka saattaa omalta osaltaan selittää suurta eroa sukupuolien välillä.

2. Age?

Vastaajien määrä: 112



Kuvio 18. Tutkimuskysymysten vastaajien ikäjakauma prosentteina. (N=112).

lältään vastaajista suurin osa oli noin 58 %, oli 19-25 vuotiaita (kuvio 18.). Nuoret aikuiset ovat usein kiinnostuneita matkustamisesta ja uusista kokemuksista. Tämän ikäjakauman edustajat ovat usein vielä lapsettomia ja näin ollen vapaampia matkustamaan. Opintojen puolesta matkustaminen on nykypäivänä yleistä ulkomaan työharjoitteluiden sekä

vaihtovuosien myötä. Tästä voisin päätellä, että syy juuri tämän ikäjakauman edustajien suureen vastausprosenttiin on mielenkiinto matkustusta kohtaan sekä varsinkin Facebookissa jaettuun kysely on tavoittanut ystäväistäni juuri tämän ikäjakauman edustajat.

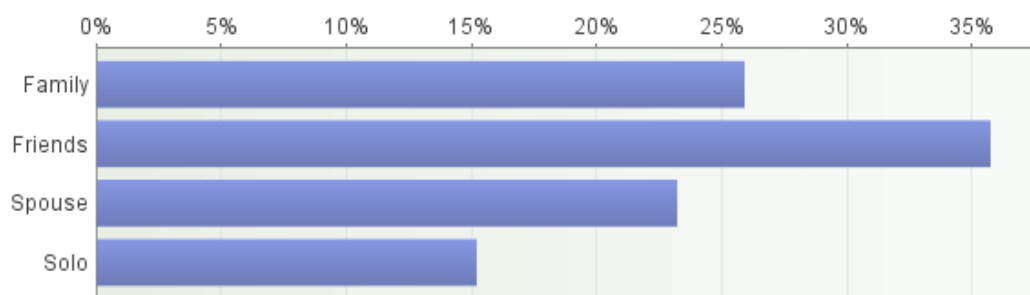
Ikäjakauman eri mittarit perusteltiin tutkimuksessa todennäköisin syin seuraavasti :

- alle 18-vuotiaat vanhempiensa/perheen kanssa matkustavat.
- 19-25-vuotiaat nuoret aikuiset. Useat opiskelijoita tai uraa-aloittavia ja lapsettomia.
- 26-35-vuotiaat työssäkäyviä koulunsa päättäneitä sekä mahdollisesti perhettä aloittelevia.
- 36-50-vuotiaat työssäkäyviä mahdollisesti perheellisiä.
- 50+-vuotiaat työssäkäyviä, eläkeikää vähitellen lähestyviä. Mahdolliset lapset muuttaneet pois kotoa.

Kyselyyn vastanneista 102 oli kansalaisuudeltaan suomalaisia ja loput 10 olivat muiden kansalaisuuksien edustajia kuten virolaisia, pakistanilaisia, saksalaisia sekä venäläisiä. Suomalaisten suuri vastausmäärä johtaa luultavammin jakokanaviin. Facebookissa sekä Twitterissä jaetut linkit osuivat pitkälti suomalaisiin käyttäjiin. Vastaajista vain 5 asuivat muualla kuin Suomessa.

6. Who do you usually travel with?

Vastaajien määrä: 112



Kuvio 19. Vastaajien matkustustottumukset. Matkustusseura. (N=112).

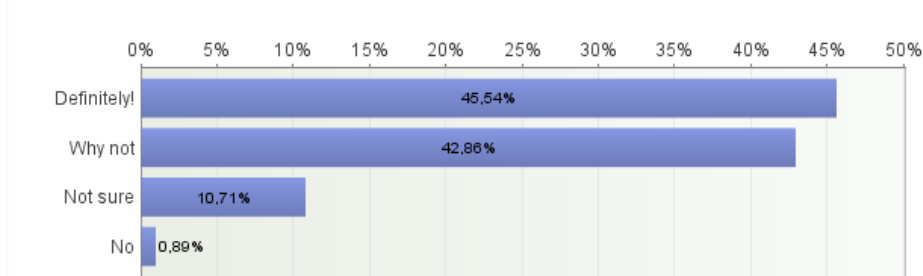
Vastaajista noin 36 % matkustaa tyypillisesti ystävien seurassa, 26 % perheensä kanssa, 23 % puolison kanssa sekä 15 % on tottunut matkustamaan yksin (kuvio 19). Ystävien seurassa matkustavien prosentuaalinen suuruus johtui todennäköisesti vastaajien ikäjakaumasta. Suurin osa vastanneista olivat nuoria aikuisia (ks. Kuvio 18).

Ristiintaulukoimalla huomattiin, että perheen kanssa matkustivat alle 18-vuotiaat ja yli 35-vuotiaat. Puolison kanssa matkusti tyypillisemmin 26-35-vuotiaat ja yksin tai

ystävienkanssa nuoret aikuiset; 19-25-vuotiaat. Kysyttäessä mistä vastaajat ovat tottuneet etsimään tietoa matkustuskohteista hakeutui 89 % vastaajista internetiin online-sivustoille ja vain 7 % etsi tietoa matkaoppaista, lehdistä sekä kirjoista. Internetin ajankohtainen tieto selvästi houkuttaa matkailijoita hakemaan tietoa online-sivustoilta.

8. Would you be open to use mobile app travel guide if it would contain versatile information of your destinations including maps?

Vastaajien määrä: 112

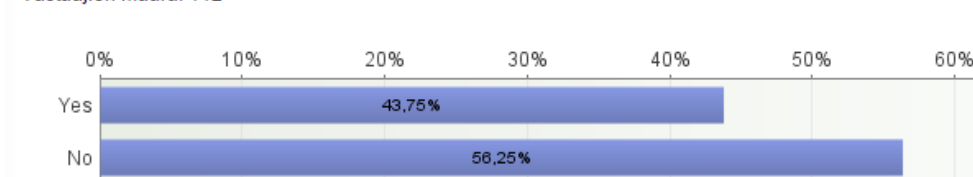


Kuvio 20. Vastaajien suhtautuminen mobiili matkaoppaiden käyttöön. (N=112).

Vastaajista 45 % olisi ehdottomasti valmis käyttämään mobiilimatkaopasta mikäli se sisältäisi laajaa tietoa halutusta kohteesta sekä kohteen karttoja. Vain alle 1 % vastanneista ei ollut halukas käyttämään mobiilimatkaoppaita (kuvio 20.). Mobiilisaatio hallitsee elämäämme yhä suuremmin nykypäivänä ja haluamme kantaa tarvitsemamme informaation mukamme alati entistä kätevämmiin. Kuluttajien mobiililaitteissa olevat matkaoppaatkin tulevat näin varmasti yhä suosituimmiksi.

9. Have you used mobile travel apps before?

Vastaajien määrä: 112



Kuvio 21. Kuinka moni vastaajista oli käyttänyt matkailuun liittyviä mobiili sovelluksia aiemmin. (N=112).

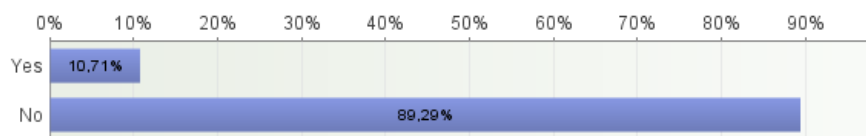
Kysyttäessä matkailuun liittyvien mobiilisovellusten aiempaan käyttökokoemukseen vain hieman yli puolet, n. 56 %, ei ollut koskaan käyttänyt tällaisia sovelluksia. Vastaajista joille sovellukset olivat entuudestaan jollain asteella tuttuja oli n. 41 % käyttänyt sovelluksia matkansa aikana, n. 31 % käyttivät sovelluksia ennen matkaansa ja n. 29 % ennen matkaa sekä sen aikana. Kukaan vastaajista ei käyttänyt sovelluksia matkansa jälkeen.

Matkan jälkeen käytettäviä ovat usein muille matkustajille arvioita kohteista ja palveluista antavat sovellukset (kuvio 21.).

Tutkimuksen avoimesta kysymyksestä kävi ilmi, että pääasialliset syyt matkailu sovellusten käyttämiseen olivat ravintoloiden ja nähtävyyksien etsiminen, majoitus- sekä lentohintojen seuraaminen, kohdearviot ja kohteen julkisen liikenteen sekä karttojen lataus. Vaikkakin sovellukset tuovat paljon hyödyllistä infoa matkustajille ja tekevät matkailusta helpompaa sekä huolettomampaa ei 58 % prosenttia vastaajista ollut kuitenkaan valmis maksamaan sovellusten käytöstä, vain n. 3 % oli ehdottomasti valmis maksamaan sovelluksista.

13. Have been to Canada before?

Vastaajien määrä: 112

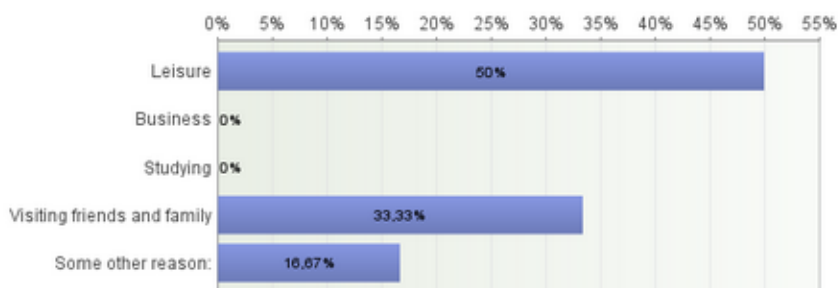


Kuvio 22. Kuinka moni vastaajista oli käynyt Kanadassa aikaisemmin. (N=112).

Vastaajista vain 11 % oli käynyt Kanadassa aikaisemmin. Kävijöistä 75 % oli vieraillut Ontariossa, n. 33 % Quebecissä sekä noin 17 % Albertassa. Muut Kanadan provinssit olivat tähän kyselyyn osallistuneilta vierailematta (kuvio 22.). Kanada ei ehkä ole vielä tyypillisin tai houkuttelevin matkakohde suomalaisille verrattaen esimerkiksi USAhan, josta taustatietoa saattaa olla runsaasti enemmän tv-ohjelmien, uutisten yms kautta entuudestaan.

15. What was the purpose of your visit?

Vastaajien määrä: 12



Avoimet vastaukset

Some other reason:

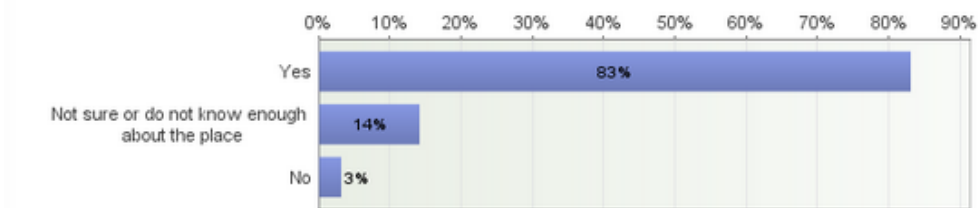
- my friends wedding
- sport

Kuvio 23. Mikä oli matkan tarkoitus sekä avoin vastaus. (N=12).

Matkan syynä oli 50 %:lla vastaajista vapaa-aika. Vierailu perheen ja sukulaisten luona oli syynä noin 33 % matkailuun. Työ tai opinnot eivät olleet tähän kyselyyn osallistuneiden vastaajien syynä Kanadan matkailuun. Kanadassa käyneistä vastaajista noin 92 % matkustaisi maahan uudelleen. Positiivisen suuntauksen antaa kysymyksen tulos, jossa kukaan maassa käyneistä ei vastannut, ettei olisi valmis matkustamaan maahan uudelleen.

17. Would you like to go?

Vastaajien määrä: 100

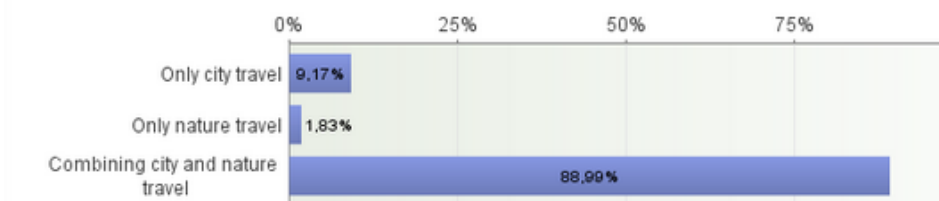


Kuvio 24. Matkustaisiko Kanadaan mikäli ei ole käynyt aikaisemmin. (N=100).

Vastaajista jotka eivät ole käyneet Kanadassa aikaisemmin ilahduttavat 83 % osallistuneista olisivat halukkaita matkustamaan maahan (kuvio 24.). 14 % kokivat etteivät ole varmoja tai tiedä kohteesta tarpeeksi ja 3 % eivät olleet kiinnostuneita matkustamaan Kanadaan. Maahan halukkaista vastaajista selvä enemmistö, 95 %, matkustaisivat Ontarioon ilmasteitse ja rautatietä käyttäisi 4 %. Ilmateiden suosioon vaikuttavat todennäköisesti vastaajien asuinpaikka eli Eurooppa.

19. When travelling to Ontario, which of the following types of travel would interest you the most?

Vastaajien määrä: 109



Kuvio 25. Millaisesta matkailusta vastaajat ovat Ontariossa kiinnostuneita. (N=109).

Kysyttäessä millaisesta matkailusta vastaajat olivat kiinnostuneita Ontarion matkalla (kuvio 25.) sai kaupunki- ja luontomatkailun yhdistäminen selvästi eniten kannatusta. Vain kaupunkimatkailusta oli kiinnostuneita noin 9 % ja luontomatkailusta noin 2 %. Ontarion

maantieteellisen sijainnin ansiosta kaupunki- ja luontomatkailun yhdistäminen on hyvin vaivatonta.

20. How much would these following activities interest you when travelling to Ontario?

Vastaajien määrä: 109

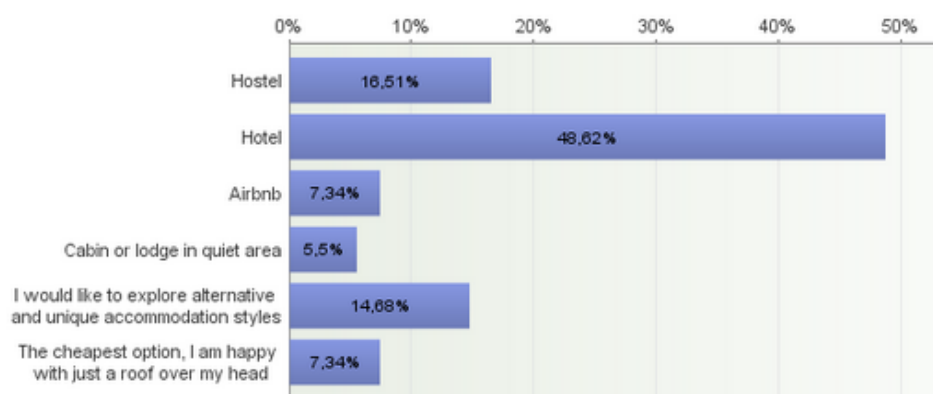
	Very interested	Somewhat interested	Neutral	Not that interested	No interest at all	Yhteensä	Keskiarvo
Arts, theater and culture	18,35%	32,11%	23,85%	24,77%	0,92%	109	2,58
Breweries	16,51%	38,53%	19,27%	15,6%	10,09%	109	2,64
Food	45,87%	35,78%	14,68%	1,83%	1,83%	109	1,78
History (Native American Nations, industrialization)	26,61%	34,86%	28,44%	6,42%	3,67%	109	2,26
Nature activities (Hiking, kayaking, camping etc.)	38,53%	39,45%	11,93%	7,34%	2,75%	109	1,96
Nightlife	25,69%	35,78%	13,76%	19,27%	5,5%	109	2,43
Shopping	28,44%	42,2%	14,68%	11,01%	3,67%	109	2,19
Sightseeing	51,38%	36,7%	10,09%	0,92%	0,92%	109	1,63
Sports	23,85%	23,85%	25,69%	19,27%	7,34%	109	2,62
Vineyards	32,11%	30,28%	15,6%	18,35%	3,67%	109	2,31
Yhteensä	30,73%	34,95%	17,8%	12,48%	4,04%	1090	2,24

Kuvio 26. Ote vastaajien mielenkiinnonkohteista. (N=109).

Kuviossa 26 esitettävän jakauman avulla valittiin mobiilioppaassa käsiteltävät käyntikohteet. Yllättävää oli, että luontoaktiviteetit saivat keskiarvoksi vain 1.96 prosentuaalisesta kiinnostusjakaumasta vaikka taulukossa 12 ” Millaisesta matkailusta vastaajat ovat Ontariossa kiinnostuneita” esitetyssä kaaviossa lähes 90 % vastaajista halusivat selvästi yhdistää luonto- sekä kaupunkiloman.

21. What would be your preferred accommodation type?

Vastaajien määrä: 109



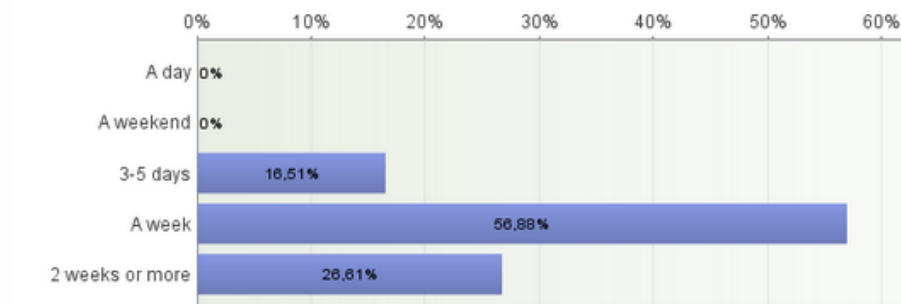
Kuvio 27. Vastaajien mieluisin majoittumisvaihtoehto. (N=109).

Vastaajista noin 49 % majoittuisi mieluiten hotelliin ja hostellimajoitusta suosisi noin 17 %. Kirjoittajan mielestä yllättävää oli Airbnb:n vain 15 % suosio. Kyseinen majoitusovellus on ollut suuressa nousussa viiemisen muutaman vuoden aikana ja itsekin lähes joka matkalla

kirjoittaja käyttää Airbnb majoitusta. Erilaista majoitusta hakisi noin 15 % vastaajista (kuvio 27.).

22. What would be your ideal length of holiday in Ontario?

Vastaajien määrä: 109



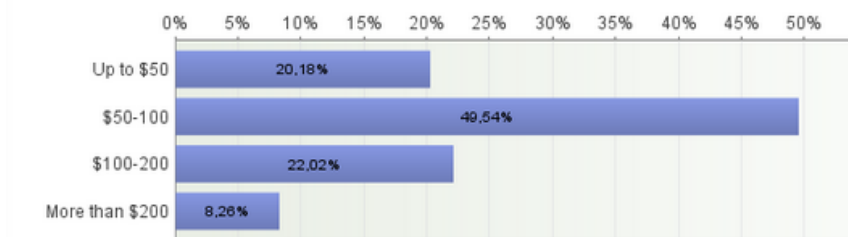
Kuvio 28. Mieluisin kesto Ontarion lomalle. (N=109).

Vastaajista noin 57 % ilmaisee mieluisimman keston Ontarion lomalle olevan yksi viikko. Kaksi viikkoa tai enemmän olisi noin 27 % vastaajista valmiita viettämään lomallaan. Pidennetyn viikonloppuloman verran aikaa Ontariossa viettäisi noin 17 % vastaajista (kuvio 28.). Kaupunkilomaan kirjoittajan mielestä noin viikko on hyvä aika, jotta yhtä tai kahta kaupunkia ehtii kunnolla päästä näkemään, mutta ison provinssin tutkiskeluun on hyvä varata kaksi viikkoa tai enemmän, riippuen mielenkiinnonkohteista.

23. How much money would you be willing to spend a day on your Ontario holiday?

Food, activities, entertainment, etc. (do not include accommodation cost) Currency USD.

Vastaajien määrä: 109



Kuvio 29. Kuinka paljon rahaa päivässä vastaajat olisivat valmiita käyttämään Ontarion lomallaan. (N=109)

Päivässä rahaa 50-100 USD verran olisi valmis käyttämään noin 50 % vastaajista. Alle 50 USD ja 100-200 USD vastaajaprosenttijakautui hyvin tasaisesti, 20 % oli valmis käyttämään maksimissaan 50 USD vastaajista ja 22 % sanoo olevansa valmis käyttämään 100-200 USD (kuvio 29.). Hintatasoltaan Kanada on piirun verran edullisempi suomen hintoihin verrattuna ja alle 50 USD/ pv pärjää mainiosti, jos raha käytetään

esimerkiksi vain ruokaan. Pienellä kekselijäisyydellä saa tuosta summasta vielä jonkin verran kytettyä myös edulliseen viihteeseen kuten elokuvissa käyntiin yms.

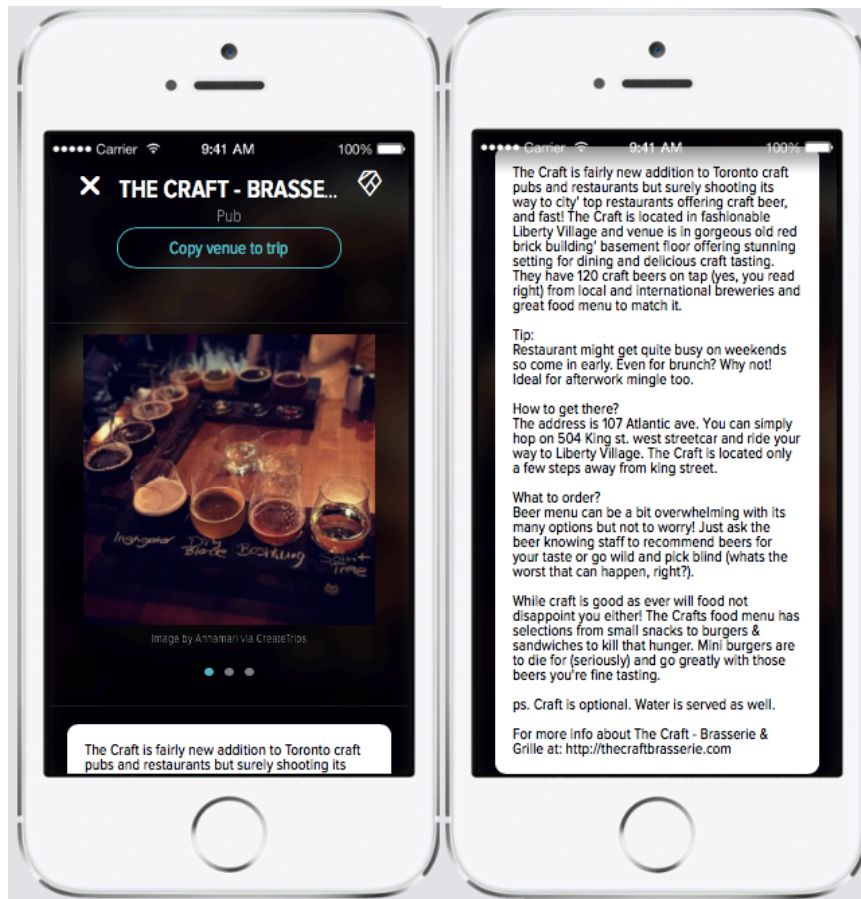
4.4 Mobiilioppaan luonti

Idea tämän opinnäytetyön tuotoksen, mobiilimatkaoppaaseen, tuli kirjoittajan matkustaessa Kanadassa aiempina vuosina, tarpeen herätessä jossa kaupungista tai jostain alueesta olisi kätevintä saada ajankohtaista tietoa suoraan älypuhelimeen paikasta ja ajasta riippumatta. Kirjoittaja halusi, että Ontarion koko alue tuotaisiin pienimuotoisesti yhteen oppaaseen, jotta oppaan lukija näkisi mitä muuta provinssilla on tarjota. Matkaoppaita etsiessä ei löytynyt vastaavaa opasta Ontarion alueelta. Nettilähteitä Ontarion nähtävyyksistä sekä parhaita vinkeitä löytyi, mutta ei varsinaista opasta jossa olisi myös kartat mukana.

Mobiiliopas luotiin CreateTrips mobiilisovellukseen (kuvio 30). Tunnukset oppaan luontiin saatiin jo ennen kirjoittajanmatkaa Kanadaan, mutta oppaan kokoaminen aloitettiin heinäkuussa, kun matka oli tehty. Oppaaseen luotiin kategorioita joiden alle lisättiin vierailukohdet. Kohteiden lisääminen toimi Foursquare sovelluksen pohjalta. Foursquare sovellus listaa kohteita laajasti kaupungin sisältä. Käyttäjät saavat lisätä kohteita, jos niitä sovelluksessa ei vielä luotu ja perus periaate sovelluksen käyttämiseen on niin sanotusti kirjautua sisään esimerkiksi ravintolaan tai puistoon, jossa sillä hetkellä on ja arvioida se. Arviointia ei ole pakko paikasta jättää, mutta muiden jättämät arviot antavan paljon lisätietoa kohteesta, esimerkiksi kohteen palvelun laadusta yms. Jokaisesta kirjautumisesta saa myös pisteitä. Sovelluksessa omat ystävät voivat nähdä missä olet vierailut tai käynyt ja tykätä vierailuistasi.

Otsikoksi ja pääkategoriaksi valittiin Ontarion ja sen alle listattiin alakategoriat: Toronto, Ottawa, Niagara ja Niagara on the Lake sekä luontokohteet. Ongelmaksi muodostui subkategorioiden luonti kaupunkien alle. Ajatuksena oppaan luomisvaiheessa oli, että kaupunkien alle listattaisiin käyntikohteet otsikoiden kuten Teatteri ja taiteet, urheilu, yöelämä jne. mukaisesti. Alempien kategorioiden luominen kaupunkien alle ei teknisesti ollut mahdollista toteuttaa applikaation sisällä. Tästä johtuen on käyntikohteet nyt listattu ilman alakategorioita. Tämä saattaa hieman vaikeuttaa oppaan helppolukuisuutta asiakkaan silmistä, mutta jokaisen käyntikohteen sisällä on kerrottu, millainen kohde on kyseessä ja mitä kohteelta voi odottaa. Kohteiden avaus-/selitetekstit on kirjoitettu kirjoittajan omasta näkökulmasta palvelun käyttäjänä. Vierailukohteisiin on kirjoitettu lyhyt houkutusteksti al-

kuun, kirjoittajan vinkki kohteesta, mitä tilata tai missä yöpyä ja kuinka kohteeseen pääsee. Kaupungeista on kirjoitettu avausteksti applikaatioon joka herättää lukijan mielenkiinnon käyntikohteiden tarkempaan katseluun. Selitetekstissä on myös lyhyesti kerrottu, kuinka kaupungin keskustaan pääsee kätevimmin lentokentältä ja muista suuremmista kaupungeista. Kohdekuvauksiin on kirjattu esimerkiksi urheilustadioneiden kohdalta, miten tapahtumiin voi ostaa lippuja. Yrityksen nettisivuosoite on myös merkitty kohteiden loppuun, jolloin lukivat voivat tarvittaessa hakea lisätietoa.



Kuvio 30. Kuvakaappaus Ontarion matkaoppaasta. (CreateTrips 2015)

Oppaaseen on myös lisätty kuvia antamaan ensivaikutelmaa kaupungeista sekä käyntikohteista. Suuri osa kuvista on kirjoittajan ottamia, mutta joihinkin kohteisiin ei saatu kunnon kuvia ja siksi hyviä, oppaaseen sopivia kuvia etsittiin sosiaalisesta kuvapalvelusta Instagramista. Hyvän kuvan löydyttyä lähetettiin kuvan ottaneelle henkilölle viesti, jossa pyydettiin lupaa kuvan käyttöön ja selitettiin mihin tarkoitukseen kuva tulisi. Mobiilioppaaseen jokaiseen kuvaan on merkitty kuvatunnustus, josta käy ilmi kuka kuvan on ottanut ja mahdollinen verkkolinkki kuvaajan nettisivuille.

Itse oppaan kirjoittaminen ja luonti olivat kirjoittajan mielestä hyvin mieltuisaa. Kohteita listatessa palasi muistoja mieleen Kanadan matkoilta ja avauksista oli ilo kirjoittaa. Kirjoittaessa sai myös olla luova, sillä selkeää kirjoitustyyliä tai linjaa oppaalle ei ollut annettu vaan jokainen CreateTrips oppaan kirjoittaja saa tuoda oman persoonallisuutensa ja kosketuksensa oppaaseen. Kirjoittaja pitää tätä erittäin hyvänä linjauksena- itsekin asiakkaana ja käyttäjänä pitäisi enemmän persoonallisten tekstien lukemisesta. Mielikuvaa saman toistamisesta ei tule ja jokainen opas on omalla tavallaan suunnattu hieman erityyppisille matkustajille.

Oppaan julkaisuvaiheessa sai työlle määrittää myös hinnan. Osa CreateTrips sovelluksen matkaoppaista ovat maksullisia latauksia ja kirjoittaja on saanut 50 % ostohinnasta itselleen, mutta tämän työn suhteen päätettiin yhdessä CreateTripsin kanssa, että työ tulee olemaan ilmainen sovelluksen käyttäjälle, jotta se houkuttaisi enemmän lukijoita. Yrityksen linja oppaiden hinnan suhteen tulee myös tulevaisuudessa olemaan täysin ilmainen käyttäjämääriä ajatellen.

5 Pohdinta

Ontariosta löytyi runsaasti tietoa jonkinmoisen oppaan muodossa internetissä mm. provinssin virallisen turismiosoitteen kautta (Ontario Travel. 2015). Erilaisilla websivustoilla oli eri medioiden kuten aikakauslehtien mielipiteitä Ontarion parhaista nähtävyyksistä ja kohteista. Blogit kuten Ontario Travel Blog ovat kirjoittaneet arvioita ja esittelyitä eri kaupungeista ja aktiviteeteista provinssin alueella (Ontario Blog. 2014). Varsinaista mobiiliopasta tai helppolukuista opasta Ontarion alueesta jossa olisi myös luontokohteita ehdotuksien muodossa listattu, ei kuitenkaan löytynyt. Ontario In Your Pocket olisi siis mainio ratkaisu tähän ongelmaan ja toisi matkailijoille lisätietoa alueesta ja sen mahdollisuuksista. Kirjoittaja oli jo kuullut aiemmin CreateTrips sovelluksesta ja käyttänytkin matkustaessaan, joten ajatus CreateTrips toimeksiantajana oli selvä. Useat kirjoittajat kuten Ulrich & Eppinger (2012.) kertovat, että kannattaa imitoida jo olemassa olevia palveluita tai tuotteita, mutta myös viedä ne toiselle tasolle ollakseen parempia. Mobiiliopas olisi juuri tätä ideaa tukeva muoto rakentaa Ontarion opasta. Aikaisempaa tietoa kohteesta siis oli jo ennestään, mutta nyt se tuodaan mobiilioppaan muodossa helpommin matkustajien käsille. Mobiilioppaiden offline- käyttö antaa myös matkustajille uudenlaisen valtin pitää tietoa saatavilla taskussaan, vaikka internetyhteyttä ei joka hetki matkalla olisikaan. Kirjalähteet jo tämän vuosikymmenen alusta kuten Dikitaaliteollisuus (Salmenkivi 2012) ovat rohkaisseet mobiilituotteiden rakentamista sekä käyttämistä verrattuna internetsivuihin, mm. offline-käytettävyyttä ei ole teknisesti mahdollista internetsivuilla. CreateTrips mobiilioppaita voidaan käyttää myös offline-tilassa. Kohteen kartat ovat käytettävissä offline-tilassa vain lisämaksusta. Digitaalinen jalanjälki (Isokangas & Vassinen 2010) kertoo mobiilisovelluksista ja niiden vahvuuksista kuten niiden käyttö on mahdollistettu paikasta tai ajasta riippumatta. Mobiilisovelluksissa olevan tiedon hyödyntäminen helpottaa huomattavasti varsinkin matkailijoiden elämää tuntemattomassa ympäristössä, kun esimerkiksi suunnistus onnistuu puhelimesta olevan kartan kanssa huomaamattomasti ja vaivattomasti.

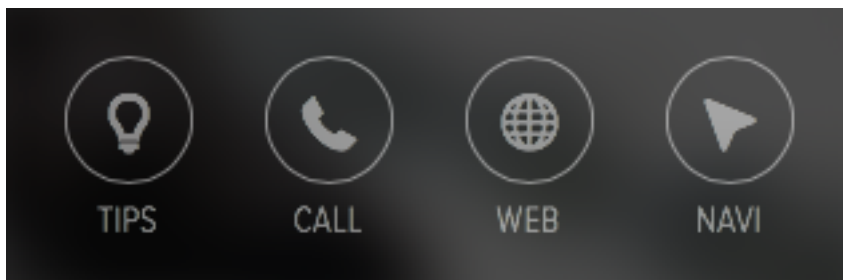
Matkalla Ontariossa kirjoittaja huomasi kuinka paljon kohteita olisi näytettävänä. Uusia palveluita kuten ravintoloita, taidegallerioita, ostoskeskuksia ym. rakennetaan ja avataan koko ajan lisää. Vaikka kirjoittaja olikin käynyt Ontariossa useamman kerran aikaisemminkin ja aiempien matkojen kokemukset auttoivat suuresti oppaan rakentamisessa, oli silti häkellyttävää koittaa rajata oppaaseen tulevia kohteita. Kohteissa käydessä koetettiin elää kuin paikalliset, eli ottaa oppaaseen mukaan kohteita jotka ovat paikallisten suosimia eikä vain turistikeskittymiä. Tässä auttoivat paljon paikalliset ystävät, joiden kanssa tutkimustyö kohteessa oli miellyttävää ja hauskaa. Opasta Suomessa luotaessa törmättiin ongelmaan, että kuvia kaikista käydyissä kohteista ei ole tai jos on, niin ei laadultaan tarpeeksi hyviä

mobiilisovellukseen laitettavaksi. Tämä paikallisten ystävien sosiaalinen ”tutkimustyö” ei ehkä ollutkaan se paras tapa ajatellen kuvien ottamista sillä ajatus helposti herpaantui opinnäytetyöstä ja kohteisiin päädyttiinkin vain nauttimaan yhdessäolosta ja senhetkisestä ajasta. Yksin käyntejä tehdessä olisi ehkä tarkemmin pitänyt ajatukset työssä ja millaista materiaalia työhön haetaan. Ennen provinssiin matkustamista olisi ehkä pitänyt vielä enemmän keskittyä tiedon etsimiseen ja katsoa valmiiksi mahdollisia vierailukohteita ennen matkaan. Puuttuvien kuvien etsimiseen ja käyttö lupien saamiseen meni paljon aikaa ja se hidasti suuresti oppaan kirjoittamista. Opasta kirjoitettiin myös samaan aikaan kuin opinnäytetyön kirjallinen raportti oli vielä kesken. Tämä toi lisästressiä oppaan rakentamiseen ja oppaaseen jo rakennettua tietoa päädyttiin pyyhkimään ja uudelleen lisäämään sen mukaan, kun opinnäytetyöhön saatiin lisää teoriaa. Mobiiliopas olisi ollut järkevintä rakentaa vasta kun opinnäytetyön raporttiin oli kaikki teoria päällisin puolin kirjoitettu. Näin oppaan rakentamiselle olisi ollut kunnon pohja ja päätöksiä olisi voinut tehdä teoriaan nojaten.

Ennen provinssiin lähtöä julkaistu Webropol- kysely ei myöskään kirjoittajan mielestä ollut täysin onnistunut. Ennen kyselyn luontia idea, millainen mobiilioppaasta halutaan rakentaa, ei ollut täysin selvä ja se näkyi hieman epäonnistuneessa kyselyssä. Kysymyksen ”Mitkä aktiviteetit matkailijaa kiinnostavat Ontarion matkaa ajatellen” (kuvio 13.) päätettiin oppaaseen valita viisi keskiarvosektorissa eniten saanutta aktiviteettia. Opasta rakennettaessa oli tämä kuitenkin hieman liikaa. Oppaaseen oli hyvin vaikea valita kaikkien näiden aktiviteettien perusteella useampi käyntikohte. Joidenkin aktiviteettien kohdalle tuli enemmän käyntikohteita kuin toisen, mm. yöelämää mukaan lukeutuvia kohteita tuli oppaaseen enemmän kuin muita sillä kaikista valitusta kohteista oli saatu niin hyvä kokemus, että olisi ollut vaikea päättää mikä jää pois oppaasta. Huomattiin myös, että valittavat aktiviteetit olisi sittenkin kannattanut ottaa eniten ”Very interested” (kuvio 13.) sektorilla ääniä saaneista vastauksista- eli eniten kiinnostavimmista aktiviteeteista. Tällöin mukaan olisi myös tulleet esimerkiksi nähtävyydet.

Opasta kirjoitettaessa huomattiin myös ongelma, oppaaseen ei teknisesti ollut mahdollista luoda tarpeeksi monta alakategoriaa. Ontarion ollessa pääkategoria oli mahdollista lisätä vain kaupungit ja luontokohteet kategorioiksi sen alle. Kaupunkien ja luontokohteiden alle ei ollut enää mahdollista luoda alakategorioita kuten yöelämä, ostokset, yms. jolloin käyntikohteet oli vain lisättävä yhdeksi pitkäksi listaksi niiden alle. Tämä olisi yksi kehitettävä aihe CreateTripsille, jotta oppaan luonti olisi vielä hieman vapaampaa ja ei olisi rajoittunut vain yhden kaupungin oppaisiin. Oppaassa olevien käyntikohteiden listaaminen ilman aakkosjärjestystä olisi myös yksi parannuskeino opaspohjaan. Listassa voisi olla vaikkapa

toiminto jolla kursorin avulla voidaan vetää kohteita ylös tai alas ja sijoittaa ne halua-
maansa kohtaan. Product Design for the Web (2014) kehottaa tuotteen suunnittelussa
koko käyttäjäkokemukseen. Käyttäjäkokemus CreateTrips sovellukseen rakennettuun On-
tario In Your Pocket jää kirjoittajan mielestä hieman vajaaksi juurikin sen vuoksi, että
käyntikohteiden selaus on jokseenkin työlästä ilman alakategorioita. Oppaisiin ei myös-
kään ole mahdollista lisätä itse manuaalisesti käyntikohteiden yhteystietoja (mm. verkkosi-
vuja) - yhteystiedot tulevat Foursquaren kautta sovelluksen kuvakkeisiin, jotka edustavat
eri toimintoja (ks. kuvio 31.) mikäli Foursquare- palveluun on nämä toiminnot kirjattu.
Vasta TravelBookin julkaisun jälkeen on mahdollista katsoa ovatko palvelut kuvakkeiden
alle kirjautuneet ja käyttökelpoiset.



Kuvio 31. Käyntikohteen palvelut CreateTrips sovelluksessa. (CreateTrips 2015)

Opinnäytetyön valmistuessa prosessia voi ajatella lämmöllä- vaikka valmistuminen myö-
hästyikin aikataulusta kirjoittajan ajanpuutteen vuoksi. Aihe oli kirjoittajan sydäntä lähellä
ja mahdollisti uusien kokemusten saannin Ontariossa. Oppaan teon myötä saatiin myös
paljon uusi kontakteja palveluntarjoajiin. Koko prosessi opetti suunnattoman paljon- suun-
nittelutyöstä toteutukseen. Mikäli nyt lähdettäisiin rakentamaan mobiiliopasta jostakin toi-
sesta provinssista tai kaupungista, olisi tietotaitoa enemmän ja oppaan rakentaminen olisi
varmastikin helpompaa. Näin isoa aluetta kirjoittaja ei uudelleen välttämättä tekisi, ellei
kohderyhmä olisi selkeästi rajattu oppaan käyntikohteiden haalimisen helpottamiseksi.

Lähteet

- Algonquin Park. 2014. Visitor centre. Luettavissa: http://www.algonquinpark.on.ca/visit/locations/algonquin_visitor_centre.php. Luettu: 28.6.2015.
- Buhalis, D. 2000. Tourism Management Special Issue: The Competitive Destination. Luettavissa: <http://core.ac.uk/download/pdf/101658.pdf>. Luettu: 10.11.2015
- Global News. Artikkel: Toronto sets tourism record with 14.3 million overnight visitors in 2014. Luettavissa: <http://globalnews.ca/news/1826674/toronto-sets-tourism-record-with-14-3m-overnight-visitors-in-2014/>. Luettu: 14.8.2015
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Bookwell Oy. Porvoo
- Henriksson, M. 2006. Kanada vaahteralehden maa. Tammer- Paino. Tampere.
- Hunt, J. R. 2014. Product Design for the Web. Principles of Designing & Releasing Web Products. New Riders.
- Isokangas, A. & Vassinen, R. 2010. Dikitaalinen jalanjälki. Kariston kirjapaino Oy. Hämeenlinna.
- Jepson, T. 1997. AA Explorer. Canada. AA publishing. Hampshire.
- Lonely Planet. 2004. USA. SNP Sprint (M) Sdn Bhd. Malesia.
- Lonely Planet. 2011. Canada. Lonely Planet publications Pty Ltd. Singapore
- Lonely Planet. 2014. Canada. Lonely Planet publications Pty Ltd. Singapore
- Monsen, L. 2012. Kanada, armoton erämaa. Gummerrus kustannus. Norja.
- Middleton, V. T. C., Fyall, A., Morgan, M. & Ranchhod, A. 2009. Marketing in Travel and Tourism. Butterworth-Heinemann
- Smart insights. 2015. Luettavissa: <http://www.smartinsights.com/mobile-marketing/mobile-marketing-analytics/mobile-marketing-statistics/>. Luettu: 1.10.2015
- Niagara Falls tourism. 2015. Luettavissa: <http://www.niagarafallstourism.com/info/media/tourism-research/>. Luettu: 17.8.2015.
- Niagara Falls live. 2015. Luettavissa: http://www.niagarafallslive.com/daredevils_of_niagara_falls.htm. Luettu: 19.8.2015.
- Niagara parks. 2014. Luettavissa: <http://www.niagaraparks.com/about-niagara-falls/niagara-falls-stunting-history.html>. Luettu: 17.8.2015
- Ontario. 2015. Luettavissa: <http://www.ontario.ca/home/ontario-government>. Luettu: 16.8.2015.
- Ontario Ministry of Tourism. 2015. Luettavissa: http://www.mtc.gov.on.ca/en/research/business_outlook/outlook.shtml. Luettu: 1.10.2015

Ottawa international airport. 2015. Luettavissa: <https://yow.ca/en/media-center/facts-and-figures>. Luettu: 19.8.2015.

Ottawa living. 2014. Luettavissa: <http://www.ottawaliving.ca/ottawa-neighbourhoods.php>. Luettu: 17.8.2015

Pc Mag. 2015. Luettavissa: <http://www.pcmag.com/article2/0,2817,2422244,00.as>. Luettu: 1.10.2015

Parks Canada. Bruce peninsula. 2015. Luettavissa: <http://www.pc.gc.ca/eng/pn-np/on/bruce/index.aspx>. Luettu: 28.6.2015.

Prince Edward County. 2014. Luettavissa: <http://prince-edward-county.com/visitor-info/visitor-info-centres/>. Luettu: 20.8.2015.

Salmenkivi, S. 2012. Dikitaaliteollisuus. BALTO print. Liettua.

See Toronto. 2015. Luettavissa: <http://www.seetorontonow.com/>. Luettu: 14.7.2015.

The Canadian encyclopedia. 2014. Ottawa Ontario. Luettavissa: http://www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/ottawa-ont/#h3_jump_0. Luettu: 1.8.2015

The National Geographic Traveler, Ivory, M. 1999. Canada. R.R. Donnelley & Sons. New York.

Toronto. 2015. Luettavissa: <http://www1.toronto.ca/wps/portal/contentonly?vgnex-toid=8e79f9be8db1c310VgnVCM1000006cd60f89RCRD>. Luettu: 19.8.2015.

TripAdvisor 2015. Offline City Guides. Luettavissa: <http://www.tripadvisor.com/apps/cityguides-ciphone>. Luettu: 12.8.2015.

Tourism research Unit. 2013. Perceptions of Ontario as a Travel Destination. Luettavissa: http://www.mtc.gov.on.ca/en/research/studies/Travellers'%20Intentions_final.pdf. Luettu: 14.7.2015.

Tourism research Unit. 2013. Tourism statistics. Luettavissa: <http://swotc.ca/wp-content/uploads/Tourism-Statistics-Region-11.pdf>. Luettu: 20.8.2015.

Ulrich, K. T. & Eppinger, S. D. 2012. Product Design and Development. McGraw-Hill.

123RF. 2015. Maps. Luettavissa: http://www.123rf.com/photo_31848786_stock-vector-vector-color-map-of-ontario-province.html. Luettu: 4.11.2015.

Liitteet

Liite 1. Tutkimuskysymykset



Travel Ontario

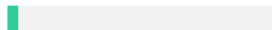
The purpose of this survey is to gather information about travelling to Canadian province Ontario and about basic travel habits of participants. The survey is a part of Haaga-Helia University of Applied Sciences thesis process and the results support building a mobile travel guide of Ontario area. Your answers will be submitted anonymously.

The Survey proceeds based on your answers. To complete this survey, please answer to each of the questions. Survey will take about 5 minutes of your time and your answers are highly appreciated.

1. Gender? *

- ☐ Male
☒ Female

Next



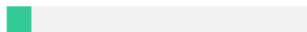
Travel Ontario

2. Age? *

- ☐ -18
☒ 19-25
☐ 26-35
☐ 36-50
☐ 50+

Previous

Next

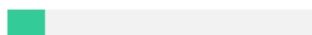


Travel Ontario

3. Nationality? *

Previous

Next



Travel Ontario

4. Country of residence? *

[Previous](#) [Next](#)

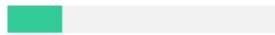


Travel Ontario

5. If U.S.A or Canada, which state or province?

You can skip this question if you are not a resident of the countries mentioned above.

[Previous](#) [Next](#)

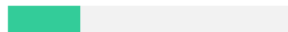


Travel Ontario

6. Who do you usually travel with? *

- ☐ Family
- ☐ Friends
- ☐ Spouse
- ☒ Solo

[Previous](#) [Next](#)

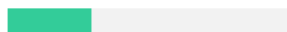


Travel Ontario

7. Where do you usually seek information of your intended travel destinations? *

- ☒ Online
- ☐ I like old school travel guide manuals, guidebooks and magazines
- ☐ I only ask locals while in destination
- ☐ Somewhere else:

[Previous](#) [Next](#)

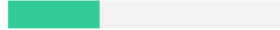


Travel Ontario

8. Would you be open to use mobile app travel guide if it would contain versatile information of your destinations including maps? *

- ☐ Definitely!
- ☒ Why not
- ☐ Not sure
- ☐ No

[Previous](#) [Next](#)

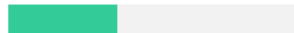


Travel Ontario

9. Have you used mobile travel apps before? *

- ☒ Yes
- ☐ No

[Previous](#) [Next](#)

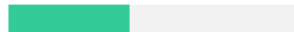


Travel Ontario

10. When did you use app? *

- ☐ Before your trip
- ☐ During your travels
- ☐ After your trip
- ☒ All the above

[Previous](#) [Next](#)



Travel Ontario

11. What was the main reason you used the app? *

Shortly describe what was the main purpose of using the travel app.

40 characters remaining

[Previous](#) [Next](#)



Travel Ontario

12. Are you willing to pay to use travel apps? *

- ☐ Yes
☐ Maybe
☒ No

[Previous](#) [Next](#)



Travel Ontario

13. Have been to Canada before? *

- ☐ Yes
☒ No

[Previous](#) [Next](#)



Travel Ontario

14. Which province or provinces? *

- ☐ Alberta
☐ British Columbia
☐ Manitoba
☐ New Brunswick
☐ Newfoundland & Labrador
☐ Northwest territories
☐ Nunavut
☐ Ontario
☐ Quebec

[Previous](#) [Next](#)



Travel Ontario

15. What was the purpose of your visit? *

- ☐ Leisure
☐ Business
☐ Studying
☐ Visiting friends and family
☐ Some other reason:

[Previous](#) [Next](#)



Travel Ontario

16. Would you travel to Canada again? *

- ☐ Yes
- ☐ Maybe
- ☐ No

[Previous](#)

[Next](#)



Travel Ontario

18. Which transportation would you use to travel to Ontario? *

- ☐ Air
- ☐ Rail
- ☐ Car
- ☐ Coach type bus services (Greyhound, Megabus etc)
- ☐ Other:

[Previous](#)

[Next](#)



Travel Ontario

19. When travelling to Ontario, which of the following types of travel would interest you the most? *

- ☐ Only city travel
- ☐ Only nature travel
- ☐ Combining city and nature travel

[Previous](#)

[Next](#)



Travel Ontario

20. How much would these following activities interest you when travelling to Ontario? *

	Very interested	Somewhat interested	Neutral	Not that interested	No interest at all
Arts, theater and culture	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Breweries	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Food	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
History (Native American Nations, industrialization)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nature activities (Hiking, kayaking, camping etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nightlife	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Shopping	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sightseeing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sports	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vineyards	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[Previous](#) [Next](#)



Travel Ontario

21. What would be your preferred accommodation type? *

- ☐ Hostel
- ☐ Hotel
- ☐ Airbnb
- ☐ Cabin or lodge in quiet area
- ☐ I would like to explore alternative and unique accommodation styles
- ☐ The cheapest option, I am happy with just a roof over my head

[Previous](#) [Next](#)



Travel Ontario

22. What would be your ideal length of holiday in Ontario? *

- ☐ A day
- ☐ A weekend
- ☐ 3-5 days
- ☐ A week
- ☐ 2 weeks or more

[Previous](#) [Next](#)



Travel Ontario

23. How much money would you be willing to spend a day on your Ontario holiday? *
Food, activities, entertainment, etc. (do not include accommodation cost) Currency USD.

- ☐ Up to \$50
- ☐ \$50-100
- ☐ \$100-200
- ☐ More than \$200

Previous

Submit

All done!

Your answers have been submitted successfully. Thank you for taking the time to participate.

Have a great day!

For more information about mobile travel guides you can visit CreateTrips app at: <http://createtrips.com/>

Survey powered by:
WebropolSurveys

WEBPOL
THE INTELLIGENT WAY